

## **Relatório de Estágio na Booktailors**

**Julia Maria Müller**

**Relatório  
de Estágio de Mestrado em Edição de Texto**

**Março, 2018**

---

Relatório de Estágio apresentado para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Edição de Texto realizado sob a orientação científica do Professor Rui Zink.

## **Relatório de Estágio na Booktailors**

**Julia Maria Müller**

### **Resumo**

O presente trabalho representa o relatório de estágio curricular na Booktailors, realizado no âmbito do Mestrado em Edição de Texto entre setembro 2017 e fevereiro 2018. A primeira parte consiste na apresentação da empresa, descrevendo a evolução das suas três vertentes – consultoria editorial, agenciamento literário e produção de eventos literários. Segue-se a descrição do programa de estágio e a demonstração das tarefas realizadas durante o estágio. A terceira parte expõe o projeto de criação de uma editora fictícia, feito ao longo do estágio.

### *Palavras chave*

Agenciamento literário. Booktailors. Mercado editorial. Produção de eventos literários.

## **Relatório de Estágio na Booktailors**

**Julia Maria Müller**

### **Abstract**

The present work represents the report of the internship at the company Booktailors within the master in Text publishing between September of 2017 and February of 2018. The first section consists in the presentation of the company, describing the evolution of its three departments – editorial consulting, literary agency and production of literary events. On the next section a description of the program of the internship and the assigned tasks is provided. The third part of the work exposes the project of the creation of a fictitious publishing house throughout the whole internship.

### *Keywords*

Booktailors. Literary Agency. Production of literary events. Publishing market.



## Índice

Introdução .....	1
1. A Booktailors – Apresentação da empresa .....	2
2. O Bookcamp .....	6
2.1. Decurso, visão geral.....	6
2.2. Tarefas e funções adotadas .....	7
2.2.1. Agenciamento .....	7
2.2.2. Comunicação.....	11
2.2.3. Produção de eventos .....	11
2.2.4. Outras tarefas .....	14
3. Projeto editora e formação .....	16
Conclusão.....	25
Bibliografia .....	27
Anexos .....	28
Anexo A – Ficha de leitura de <i>Jesus Cristo Bebia Cerveja</i> de Afonso Cruz .....	29
Anexo B – Ficha de leitura de <i>Debaixo de Algum Céu</i> de Nuno Camarneiro.....	32
Anexo C – Facebook <i>posts</i> (exemplos) .....	33
Anexo D – Lisbon Guide   CELA .....	37
Anexo E – Notícia sobre o lançamento de <i>Sobre o Amor</i> de Daniel Oliveira.....	60

## **Introdução**

Durante o primeiro semestre do segundo ano do mestrado em Edição de Texto na Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, optei pelo estágio como componente não-letiva, por acreditar que essa seria a melhor forma de conhecer o meio profissional – o mundo editorial.

Participei, portanto, no programa de estágio curricular Bookcamp, na empresa Booktailors. Escolhi fazer o estágio nesta empresa pela diversidade de atividades que oferece e pelo grande impacto que tem na área do livro em Portugal e no mundo. Como consta neste relatório, não fiquei desiludida em nenhum dos pontos.

O corpo central do presente relatório está dividido em três partes. Na primeira secção encontra-se a apresentação da empresa Booktailors, o seu desenvolvimento, a sua atividade atual e os seus diferentes departamentos. Segue-se a descrição do programa de estágio, que inclui as tarefas que desempenhei durante o mesmo. Numa terceira parte do relatório, será apresentado o projeto da criação de raiz de uma editora fictícia, elaborado durante o programa de estágio, a par da formação obtida.

O relatório termina com as conclusões finais e as perspetivas futuras. Em anexo, encontram-se alguns materiais de trabalhos elaborados durante o estágio.

## 1. A Booktailors – Apresentação da empresa

Formada por Paulo Ferreira e Nuno Seabra Lopes em 2007 como consultoria editorial, a Booktailors desenvolveu-se durante os últimos onze anos e tem evoluído desde o conceito inovador até empresa indispensável para o mercado editorial português.

A empresa possui uma área especificamente dedicada à assistência de casas editoriais, dando apoio aos seus clientes em questões como estratégias editoriais, *marketing*, comunicação, gestão e administração. Dispõe ainda da elaboração de produtos editoriais personalizados, além da coordenação de projetos editoriais e da conceção de identidades e marcas (*branding*).

A ideia inicial de prestar serviços a editoras nacionais e estrangeiras, considerando o perfil individual de cada cliente, concretiza-se, por exemplo, na contribuição para o relançamento da Quetzal em 2008 e com a criação da editora de livros infantojuvenis Booksmile, da qual viria a nascer o grupo 2020. Atualmente o grupo editorial 2020 integra, além da Booksmile, mais quatro chancelas, entre as quais a Elsinore, de ficção e não-ficção literária, lançada em 2015, que também foi desenvolvida pela Booktailors.

Com a convicção de que a formação e o estudo da edição de livros podem gerir uma promoção da língua e cultura portuguesas, tanto no mercado nacional como internacional, à medida que o setor cresce em qualidade, a Booktailors organiza formações na área da edição. Como exemplos, existem o «Curso de Livro Infantil», por Carla Maia de Almeida (escritora de livros infantojuvenis), os «Cursos de Revisão de Texto», com vários níveis, por Nuno Quintas (revisor e tradutor em regime *freelancer*) e a oficina «Cartoon Político», por Pedro Viega (escritor e ilustrador *freelancer*).

A empresa elaborou, e manteve durante oito anos, o blogue *blogtailors – o blogue da edição*, onde publicava notícias acerca do mundo do livro. À parte das notícias, foram também publicados artigos de opinião, escritos por personalidades do mercado editorial português, como por exemplo «Uma profissão de risco no século XXI», de Francisco Vale (editor da Relógio d'Água) ou «Mercados e feiras – A inserção da língua portuguesa no mundo», de Maria do Rosário Pedreira (editora responsável pelo Grupo Leya) e entrevistas a autores, editores e outros profissionais do mundo do livro. A *B:MAG Booktailors Publishing Magazine*, uma revista online sobre o mundo editorial português, junta estes artigos da rubrica «Opinião no *Blogtailors*».

O *blogtailors*, como serviço de informação sobre o mercado editorial em Portugal e do estrangeiro, mudou em 2015 para a *newsletter* da empresa, que saía semanalmente, até ser

substituída totalmente pela plataforma *facebook*, em outono do ano passado. O site *blogtailors* continua *online* para a leitura de artigos e informações.<sup>1</sup>

Outra atividade de formação na área da edição da Booktailors foram as suas publicações, embora nunca se tenha definido como editora. Em 2009, a empresa editou o livro *A Edição de Livros e a Gestão Estratégica* de José Afonso Furtado, e criou o projeto de publicação da coleção «Protagonistas da Edição», um conjunto de entrevistas a personalidades do mundo editorial conduzidas por Sara Figueiredo Costa. Foram editados dois títulos, antes da suspensão do projeto. O primeiro, em 2012, *Fernando Guedes: O decano dos editores portugueses*, e o segundo *Carlos da Veiga Ferreira: Os editores não se abatem*, em 2013.

Para além da publicação destes títulos, a empresa chamou à atenção do mercado editorial através da criação do Prémio de edição *LER/Booktailors*, em conjunto com a revista *LER*, no sentido de premiar, entre 2008 e 2012, casas editoriais, editoras e editores portugueses pelo trabalho de edição, uma iniciativa inédita.

Além do departamento de consultoria editorial, junto das formações e do papel importante na rede social mundial à volta do livro, a Booktailors gere, desde 2010, a agência literária Bookoffice, na qual representa mais de 30 autores portugueses, em Portugal e no estrangeiro.

Os diferentes escritores e ilustradores representados pela agência abrangem muitas áreas literárias, desde poesia e ensaio a romance histórico e livro infantil, com estilos e temas diferentes, destinados a um público alvo bastante vasto. Iniciando este projeto pioneiro no mercado editorial em Portugal, com uma carteira composta por nomes como Afonso Cruz, Manuel Margarido e Pedro Vieira, a 01 de março de 2018, os seguintes autores eram agenciados pela Bookoffice:

---

<sup>1</sup> <http://blogtailors.com>.

Afonso Cruz	Manuel Margarido
Ana Cristina Silva	Maria da Conceição Caleiro
Ana Moreira	Mário Cláudio
Ana Saldanha	Miguel Miranda
Bruno Vieira Amaral	Miguel Real (Pseudónimo literário de Luís Martins)
Carla Maia de Almeida	Nuno Camarneiro
Daniel Oliveira	Patrícia Fonseca
Fernando Alvim	Paulo Galindro
Fernando Dacosta	Paulo Moura
Francisco José Viegas	Paulo Neves da Silva
Frederico Lourenço	Pedro Vieira
João Tordo	Ricardo Adolfo
João Valente	Sofia Pinto Coelho
José Afonso Furtado	Tiago Salazar
José Gardeazabal (José Tavares)	Vasco Graça Moura
Luís Aguilar	

Os agentes representam os autores e as suas obras em território estrangeiro, para a venda de direitos, contribuindo para uma maior visibilidade do autor em todo o mundo. Para este efeito, os agentes da Bookoffice investem, frequentemente, em viagens de prospeção e participam em feiras de livros.

A Bookoffice distingue-se das agências literárias comuns, que normalmente oferecem este serviço de representação no estrangeiro, pois acompanha os seus autores em cada passo importante da sua carreira. Auxilia os escritores e ilustradores na pesquisa duma editora adequada para os seus projetos, defende-os e apoia na negociação de contratos de edição. Em simultâneo, a Bookoffice atua a fim de promover os autores, dentro e fora do país. Esta agência literária apoia na gestão de agenda e ajuda nos vários processos da escrita.

À parte da consultoria editorial e da agência literária, a Booktailors faz ainda produção de eventos literários. Começando em 2012 com o Festival Literário da Madeira, no Funchal, o Festival Literário de Castelo Branco, intitulado Fronteira, iniciando as sessões de conversas com personalidades da cultura na Livraria Ferin, nomeadas Ensaio Geral, em parceria com a Radio Renascença, a Booktailors criou rapidamente uma rede de eventos literários, que se ampliou rapidamente nos anos seguintes.

O maior evento organizado pela empresa terá sido provavelmente durante a Feira Internacional do Livro de Bogotá, em 2013, quando Portugal foi convidado de honra e a Booktailors ficou responsável pela produção executiva da presença do país na feira. Portugal deixou, graças ao trabalho desta empresa, uma boa impressão, um programa cheio de conversas, mesas de debates, atuações musicais, exposições e mostras de cinema, com mais de 50 convidados.

Ainda em 2013, a empresa adotou a produção executiva do festival literário LeV – Literatura em Viagem, que assume até aos dias de hoje e elaborou, em conjunto com o Goethe-Institut, o evento Afinidades Eletivas, para aproximar as literaturas portuguesas e de expressão alemã.

Também no ano a seguir não faltaram estreias de festivais literários, tal como o Diáspora – Festival Literário de Belmonte e o Festival Novo Jornalismo em Santo Tirso. Em 2014, a Booktailors montou também a programação da Feira de Livro do Porto. Ainda no mesmo ano, a empresa teve a seu cargo a produção executiva da Festa da Poesia em Matosinhos.

Em 2015, a equipa também foi responsável pela produção do ciclo de conferências O Lugar da Cultura e iniciou não só o Festival Literário de Bragança, como também o Festival Internacional de Cultura de Cascais, e o Oeiras a Ler. Outras estreias, criadas no mesmo ano, pelas quais a empresa ainda é responsável, são as Jornadas Pedagógicas de Lousada e o Tinto no Branco – Festival Literário de Viseu.

No ano passado, a equipa ainda arrancou para mais um novo festival literário em Cabo Verde, chamado Morabeza – Festa do Livro de Cabo Verde, adicionalmente aos eventos anuais.

Um outro grande projeto, de que a empresa faz parte é o CELA – Connecting Emerging Literary Artists, com o objetivo de ajudar a novos criadores literários no início da sua carreira. Sete entidades literárias de seis países diferentes, juntaram-se para este projeto, subsidiado pela União Europeia. A cooperação que une Bélgica, Espanha, Holanda, Itália, Portugal e Roménia, consiste nas organizações literárias Booktailors, Escuela de Escritores, Cinepub, Huis deBuren, Passa Porta, Pisa Book Festival e Wintertuin. Em conjunto tentam criar um contexto em que a nova geração de escritores, tradutores, designers e profissionais literários consigam estabelecer uma rede de contactos e colaborações benéficas, de onde surjam inspiração e promoção.

A empresa destaca-se tanto pela criação de uma programação individualizada a cada edição das feiras de livro e dos eventos à volta do tema do livro, como pela conceção de uma imagem gráfica forte para cada evento nacional ou internacional. Tem por hábito, apresentar um cartaz promissor de convidados conhecidos, mas também de vozes da literatura inexploradas – portuguesas e estrangeiras.

## 2. O Bookcamp

### 2.1. Decurso, visão geral

O programa de estágio curricular, intitulado Bookcamp, teve início no dia 18 de setembro e teve uma duração de seis meses, com uma carga horária de 32 horas semanais.

Neste programa de estágio participaram, simultaneamente, quatro colegas estagiárias, embora duas tenham terminado o estágio mais cedo do que o planejado inicialmente.

Duas semanas antes de começar o estágio, a Booktailors disponibilizou manuais da empresa para nos familiarizarmos com as suas áreas de atuação, o funcionamento e as estratégias de trabalho da equipa. Conforme recomendação, li alguns títulos dos autores da agência, antes de dar início ao meu estágio. A leitura de livros dos agenciados e o conhecimento dos autores verificou-se uma tarefa essencial para o trabalho em agenciamento, tal como para a produção de eventos.

No início do estágio, ficámos encarregues de diversas tarefas de todos os departamentos da empresa, para obter uma visão geral de todas as áreas e recebemos *briefings* sobre as mesmas. Após o tempo de integração, a empresa escolheu, considerando as ambições, o departamento em que cada estagiária iria ficar durante o estágio. Conforme pretendi, fiquei na área da produção de eventos, mas obtive também funções no departamento de agenciamento, tarefas de comunicação e outros trabalhos não diretamente ligados a uma das áreas.

A estratégia de trabalho da Booktailors revelou-se bem organizada e bastante proveitosa. Cada dia foi dividido em vários *slots*, intervalos de tempo para determinadas tarefas, de uma ou duas horas, habitualmente. Assim, uma atividade mais demorada é distribuída por vários dias. O limite temporal para uma tarefa, resulta num trabalho focado e dinâmico, evitando o cansaço e a distração.

O dia era, portanto, dividido em vários *slots* e a última hora era destinada à nossa formação, à elaboração do relatório e a um projeto em que o nosso grupo de estágio criou uma editora fictícia.

## 2.2. Tarefas e funções adotadas

### 2.2.1. Agenciamento

Cabe ao agente literário representar um autor a vários níveis. A tarefa mais óbvia de negociação de contratos é apenas uma das partes importantes na representação de um escritor ou ilustrador. A apresentação do autor ao mercado editorial estrangeiro e a objetivada venda dos direitos dos livros publicados em Portugal bem como a comercialização profissional fora e dentro do país, são um encargo desafiante, já que é preciso conhecimento e sensibilidade abrangente frente ao autor, da sua obra e do mercado editorial no país onde ocorre a respetiva representação. Trata-se de uma função que requer muito tato e que funciona através de relações interpessoais; por isso as feiras de livro são muito importantes para a negociação de livros, além do contacto via e-mail ou telefone. Numa entrevista, o editor Carlos Veiga Ferreira destaca:

Ainda se conserva o bom hábito de enviar livros, mas há muito essa pressão do PDF. Agora, quanto à necessidade de ir às feiras, isto é um negócio que, como todos os negócios, se trata entre pessoas, e conhecer as pessoas é muito importante. Vão-se criando laços de amizade e de uma certa interdependência. [...] Portanto, a vantagem é essa, a de as pessoas se encontrarem [...]. (Costa, 2013: 60)

O mercado editorial é sempre um negócio em que se trata de dinheiro, contas e rentabilidades. É, por isto, importante que o agente tenha conhecimentos além do texto, contexto pessoal com o autor, os editores e as editoras, sobre as leis e as estratégias da edição.

Durante o meu tempo de estágio, os agentes da empresa foram a várias feiras internacionais para representar e vender os direitos dos autores da Bookoffice. No segundo mês do nosso estágio, em outubro 2017, foram a Frankfurt, a feira do livro mais importante para o negócio dos livros. De seguida, em finais de novembro, dois dos agentes fizeram uma viagem de prospeção a São Paulo e seguiram o seu caminho para México, para a Feira Internacional de Guadalajara.

#### *Leitura e produção de fichas de produto*

Uma das primeiras tarefas que desempenhei dentro do setor do agenciamento foi a das leituras de livros de autores agenciados pela Bookoffice e a criação de respetivas fichas de produto. Estas consistem em resumos dos livros dos agenciados que são utilizados pelos agentes na venda dos direitos no mercado estrangeiro, ou de textos ainda não publicados para a apresentação junto das editoras nacionais para a eventual edição do livro. Incluem uma ficha técnica da obra, com a indicação do ano da publicação, a editora, o número de páginas, o género,



os locais e os temas. Além da ficha técnica, contêm argumentos de venda, os pontos fortes de estratégias da venda que têm a ver tanto com o autor como com o livro em si. A título de exemplo, mencionar se já foram publicadas edições no estrangeiro, se a obra recebeu algum prémio e características do livro, que podem convencer um editor a considerar comprar os direitos para a tradução. Após as informações biobibliográficas, elabora-se a sinopse (resumo dos pontos mais importantes) e o enredo (ordem cronológica do decurso dos acontecimentos da história) do livro.

Comecei com as fichas de leitura para as obras *Jesus Cristo Bebia Cerveja* de Afonso Cruz e *Debaixo de algum Céu* de Nuno Camarneiro (ver anexos A e B). Esta tarefa, embora não acabada, ajudou-me a refletir sobre o livro de uma nova maneira, sobre a exposição cativante e a escolha de pontos fortes do livro que podem interessar a um editor para a publicação do mesmo e levando-me a pensar no livro como um produto de venda, que tem de ser apresentado da melhor maneira para ser inserido no mercado.

#### *Revisão e atualização de sites*

Uma tarefa curta que realizei foi a da revisão de sites do Bookoffice. A empresa criou uma página de web para a agência, onde todos os autores, a sua biografia e bibliografia e as distinções obtidas estão expostos. Simultaneamente, é possível encontrar todas as obras subdivididas em ficção, não-ficção e infantojuvenil e ainda notícias sobre lançamentos ou atribuições de prémios. Para alguns dos seus autores, a Bookoffice concebeu também páginas oficiais, onde se pode obter ainda mais informação e vídeos do próprio. Além das páginas na rede, existe a aplicação (*app*) da Bookoffice, onde a informação é um pouco menos extensa, mas auto explicável, sendo organizada pelo nome do autor. Os locais na rede (sites) e as aplicações necessitam de manutenção permanente, já que a informação sobre as últimas obras, premiações ou direitos vendidos pode mudar constantemente. Para a revisão dos sites é necessário não só a análise para a identificação de incorreções e secções desatualizadas, como também saber utilizar o programa *WordPress* onde as páginas estão modificadas, para a respetiva correção ou atualização.

Esta foi apenas uma das tarefas que me exemplificou a velocidade da área de edição. O mundo do livro está sempre em movimento e um agente, exatamente como os outros atores no âmbito de trabalho na edição, têm de esforçar-se para ficar atualizados, para um melhor funcionamento das suas atividades.

### *Planeamento de viagens de prospeção e feiras do livro internacionais*

No âmbito da viagem de prospeção a São Paulo e à Feria Internacional del Libro de Guadalajara (FIL), o grupo de estágio ficou encarregado da procura de novas editoras que pudessem ser eventuais compradoras de direitos dos livros dos agenciados. A Bookoffice dispunha previamente de alguns contactos de editoras latino-americanas e os agentes encontrar-se-iam com editores com os quais mantinham contacto, de forma a dar continuidade às negociações já iniciadas ou abordar novos projetos. Assim, com vista à rentabilidade da viagem pelo atlântico, estabeleceram-se novos contactos.

A procura de editoras apropriadas para uma negociação é uma tarefa complexa. É necessário fazer uma avaliação correta do site da editora, examinando o género literário, o público-alvo que a editora quer atingir com os seus livros, os autores: venda de autores estrangeiros e interesse em obras de autores de língua portuguesa ou de Portugal. Não se pode basear a escolha da editora exclusivamente pela sua apresentação (que se pode encontrar no site duma casa editorial). Do mesmo modo que se deve avaliar o catálogo da editora estrangeira, é imperativo saber o que os agentes tencionam vender. Para tal, é importante ter conhecimento dos mercados livres para uma obra. Ou seja, a título de exemplo, se os direitos das obras infantis dos agenciados já estão a ser comercializados no mercado da América Latina, não é necessário reunir com as editoras latino-americanas que unicamente publicam livros infantis. Dependendo dos casos, poderá ser conveniente efetuar um esforço no sentido da venda dos direitos da obra integral de um autor a uma editora estrangeira.

Para a viagem de prospeção ao Brasil e ao México foram constituídos dois grupos. Após a identificação das novas oportunidades de contacto, a minha principal tarefa foi fazer os primeiros contactos com as editoras, via e-mail (sempre com apoio) e a sua manutenção, até à marcação da reunião e posterior confirmação. Estas mensagens são enviadas a partir do endereço [rights@booktailors.com](mailto:rights@booktailors.com) com a qual são feitas as comunicações respetivas ao agenciamento com editoras internacionais.

Esta etapa durou até ao final de setembro. Até ao dia 7 de novembro foram concluídos 301 e-mails de primeiro contacto com editoras com as quais previmos um possível encontro em Guadalajara e 21 reuniões marcadas, divididas em dois dias.

Paralelamente foram adicionados os dados das novas editoras estrangeiras na base de dados das editoras internacionais.

Foi elaborado o *book* para as reuniões em São Paulo e Guadalajara, um manual com os itinerários e uma pequena apresentação da editora, que os agentes da Bookoffice habitualmente levam para a viagem de prospeção ou feira, para uma melhor orientação no calendário. No

início do *book* foi uma lista com os direitos já vendidos por país e obra, esta adenda ajuda o agente a ter presente em que territórios ainda poderá vender as obras e em quais já não estão livres. De seguida, pode encontrar-se o itinerário e as indicações sobre o alojamento bem como outras informações, como a taxa de câmbio e contactos úteis. Seguem-se as fichas das reuniões, organizadas por dia e por reunião. Para cada uma, foram criadas fichas da editora que contêm data e hora da reunião, morada da editora ou o stand na feira. Quando se verificou necessário, introduziu-se o itinerário, os contactos da editora e a fotografia da pessoa com quem seria a reunião. Foi elaborado um perfil da editora, o que publicou, os géneros literários, os autores e o histórico de contacto com a editora, se foi a primeira reunião ou se já existia um processo em curso, para que os agentes tivessem presentes os negócios já concluídos. No caso dos primeiros contactos, é recomendável sugerir ao agente alguns títulos dos agenciados, para apresentar ao editor estrangeiro.

Mostrou-se útil haver quem esteja no escritório e mantenha contacto com as editoras estrangeiras, caso haja uma alteração de última da hora ou dúvidas.

O grupo de estágio trabalhou, ainda, na preparação para a Feira de Livro em Londres, em abril deste ano.

Além da procura de editoras para um evento em especial, dispus semanalmente de vários *slots* nas quais procurei editoras estrangeiras, com as quais a Bookoffice ainda não contactou, para inserir na base de dados dos contactos internacionais. A equipa de estágio fez uma análise dos países com menos entradas, para poder averiguar editoras, conforme as necessidades.

Este tipo de tarefas ajudou-me a exercitar a sensibilidade de avaliação e descrição frente a diferentes tipos de editoras com as suas áreas de publicações e públicos-alvo.

#### *Follow-up de viagens de prospeção e feiras do livro internacionais*

Após as reuniões, os agentes da Bookoffice fazem um relatório, que é a base que permite dar seguimento ao contacto – o *follow-up*. Quando um editor estrangeiro está interessado numa obra, muitas vezes, solicita mais informações via e-mail. São determinados *pitches*, enviados ao editor, que englobam as informações mais importantes sobre o título em causa, para onde foram vendidos os direitos, que prémios ganhou o autor e os *links* para a página da Bookoffice, através dos quais é possível aceder a um excerto ou até mesmo ao PDF da obra ou brochura do autor. Por vezes, é aconselhável enviar um *dossier* inteiro de um autor, com a informação reunida sobre os livros e os vídeos do mesmo. Com este objetivo, reuni informações sobre Bruno Vieira Amaral e Francisco José Viegas, dois dos agenciados da Bookoffice mais requisitados.

No início de estágio adotámos alguns processos de *follow-up* depois da viagem de prospeção dos agentes a Roma, Sofia e Barcelona, decorrido anteriormente ao estágio do nosso grupo (verão de 2017).

### *Recolha e organização de materiais e confronto de informação*

Outra tarefa desempenhada foi a da análise de matérias de agenciados como os contratos de agenciamento, de edição e de ilustração, e a prestação de contas. Foi necessário analisar a existência dos contratos em diferentes suportes, em formato digital ou papel e, com isso, a impressão e digitalização dos mesmos, da qual fiquei encarregue. De seguida, organizei os contratos por autor e obra em ambos os suportes e ajudei a inserir a informação na base de dados. Este trabalho de organização e verificação de contratos e prestação de contas, possibilitou-me compreender melhor a área jurídica que deve ser considerada na negociação de publicações ou venda de direitos.

Fiquei ainda encarregue da organização de diversas estantes de livros no escritório. Organizei os livros dos agenciados e ex-agenciados, assim como a estante das edições estrangeiras dos autores da agência, por ordem alfabética do nome do autor e os títulos por ano da primeira edição. Nas edições estrangeiras foi igualmente mantida a organização das obras pela primeira edição portuguesa.

### 2.2.2. Comunicação

Na área da comunicação da empresa, fiquei encarregue, durante algumas semanas, da criação de conteúdos para *posts* no *facebook* da Booktailors, com entrevistas a autores e notícias sobre livros e a edição (ver exemplos em anexo C). Após pesquisa de conteúdos em links de meios de comunicação nacionais e estrangeiras e a produção dos *posts*, restou o agendamento da publicação dos mesmos. Esta forma de comunicação favorece a promoção da literatura, que a empresa estabeleceu como um dos objetivos fundamentais da sua atuação.

### 2.2.3. Produção de eventos

Os eventos literários são um elemento essencial para a edição, pelo seu grande impacto a nível comercial, na divulgação e venda de obras literárias e no sentido cultural, enquanto estímulo de hábitos de leitura. A influência que um evento literário pode ter na comercialização dos livros

ilustra o exemplo da edição de 2017 da Feira de Livro de Lisboa, onde nos 18 dias de feira foram vendidos quase meio milhão de livros, o que contrasta com a média de 1,3 livros que cada português compra por ano (Marques, 2017). Além de mais, os eventos literários são importantes para a visibilidade de autores nacionais e internacionais, tanto no panorama editorial como na perspetiva de divulgação ao público geral. O jornalista do *Diário de Notícias* João Céu e Silva, compara os festivais literários com os festivais musicais, quando os designa como o momento para a apresentação de grandes vozes nacionais e internacionais (Silva, 2017). Eventos literários podem influenciar a escolha da literatura dos leitores, por criarem contextos de contactos diretos entre os autores, as suas obras e histórias e os seus leitores. Essa proximidade entre os produtores e os consumidores de livros é especialmente importante, uma vez que, hoje em dia, o mercado do livro depende essencialmente do gosto do leitor. Num sentido mais educacional, esta conjugação entre autor e leitor contribui para a promoção da leitura em si.

As atividades durante a produção de um evento são vastas e dependem do tipo de cada um. No entanto, é necessário antever tarefas durante as três fases seguintes: pré-produção (fase preparativa), o momento do evento e pós-produção (atividades pós-evento), mesmo estando sempre interligadas.

No decorrer do estágio estiveram em produção os seguintes eventos:

- Jornadas Pedagógicas de Lousada (27 a 28 de outubro de 2017)
- Morabeza – Festa do Livro de Cabo Verde (3 a 5 novembro de 2017)
- Tinto no Branco – Festival Literário de Viseu (1 a 3 de dezembro de 2017)
- Festa da Poesia em Matosinhos (8 de dezembro de 2018)
- Húmus – Festival Literário de Guimarães (7 a 12 de março de 2018)
- Curso de especialização em marketing pessoal em Lisboa, integrado no projeto CELA (19 a 31 de março de 2018)
- Fronteira – Festival Literário de Castelo Branco (abril 2018)

As minhas funções na área da produção de eventos estiveram sobretudo relacionadas com a logística de convidados e com a facilitação de materiais para os eventos, na fase da preparação. Ademais, fiquei encarregue da manutenção do calendário, antes e durante o evento, da recolha de informações sobre o evento e da atualização de dados durante e após o evento.

### *Apoio na conceção de projetos de eventos*

A Booktailors atua frequentemente como produtor executivo, elaborando uma proposta de evento completa, muitas vezes em colaboração e com apoio das Câmaras Municipais, possibilitando a realização nestes municípios jornadas literárias, festivais literários ou feiras de livro para a sua cidade. Para este fim, é importante tanto o conhecimento das ideias e aspirações do cliente, como uma boa análise das capacidades dos espaços, na respetiva cidade. A capacidade criativa de apresentação de boas propostas de mesas de debate, uma boa rede de contactos de possíveis convidados e a estratégia de *marketing* são fundamentais. À parte da programação, podem ser pensados pontos de venda de livros, exposições e produtos de marketing de acordo com o tema da edição.

Os clientes que pretendem uma produção de um evento literário por parte da Booktailors podem ter ideias pré-estabelecidas e apenas procurarem soluções de execução ou estarem abertos a sugestões, no que se refere ao tema e aos espaços do evento.

Uma proposta abrange geralmente uma programação com mesas de debates, lançamentos de livros, sessões de cinema, concertos, etc., convidados de literatura e de outras artes ligadas à cultura, moderadores, fornecedores, um plano de comunicação e um orçamento. Sempre tendo em atenção que as atividades sejam vinculadas ao tema e tenham um laço forte com a literatura, porque, segundo Sônia Zanchetta, uma das organizadoras da Feira do Livro de Porto Alegre e outros eventos literários no Brasil, o maior erro dum produtor de feiras literárias é «quando o projeto perde o foco» (Zanchetta, 2015).

Intervim, por exemplo, na sugestão de mesas ao redor de um tema e descritivos para os mesmos, assim como na pesquisa de exposições adequadas ao tema do evento. Compreendi que para uma melhor assistência no processo de escolha de convidados, necessitava de mais conhecimento sobre os atores do mundo editorial e artístico português e que a minha capacidade de fazer sugestões relativamente a espaços era limitada, uma vez que desconhecia os locais onde o evento seria implementado.

### *Logística de convidados*

Quando o cliente aprova a proposta da conceção, segue-se o momento de convite aos possíveis oradores, com uma proposta de programação. São também convidados os moderadores e os jornalistas e, por vezes, é necessário gerir possíveis entrevistas com os autores e os meios de comunicação nacionais ou internacionais.

Paralelamente é necessária a prospeção de fornecedores para alojamento e refeições de comitiva. Em vários dos eventos apoiei na pesquisa e na elaboração do pedido de cotações para as mesmas e ficando encarregue da validação e verificação de informação sobre viagens, alojamento e alimentação dos convidados e da equipa de eventos.

É necessário saber gerir os itinerários com as diferentes possibilidades de transportes, horários estipulados pela programação do evento, orçamento previsto e necessidades pessoais dos convidados. A complexidade deste trabalho exige uma boa coordenação e uma cooperação elevada entre os funcionários da equipa de produção.

Após aprovação dos itinerários propostos aos convidados, fiquei encarregue de comprar algumas viagens e fui responsável pela atualização das ferramentas de controlo.

### *Facilitação de materiais*

Mais perto da data do evento é importante preparar os materiais para a sua comunicação e para fins organizativos. Para este propósito, é importante a recolha de informações sobre os convidados, biografias, fotografias e, por vezes, a preparação de impressões de exposições para o transporte. Além das ditas tarefas, fiquei responsável, em alguns eventos, de imprimir, recortar e dobrar o material como *press kits*, programações, folhas de sala etc.

Incorporado do projeto CELA, a equipa da produção preparou o curso de especialização em marketing pessoal, em Lisboa, nas instalações da Bookoffice em março de 2018, para autores espanhóis, romenos, belgas e italianos. Para este propósito criei um guia de Lisboa personalizado, dirigido aos convidados (ver anexo D).

### *Recolha de notícias sobre o evento e atualização de dados*

Durante ou após o evento, pode ser efetuada a recolha e lista das notícias que saíram nos meios de comunicação sobre o evento, o chamado *clipping*. Este trabalho tem funções próprias de comunicação e de arquivo. Coube-me a responsabilidade da atualização das informações sobre os contactos e as biografias dos convidados para controlo da empresa.

#### 2.2.4. Outras tarefas

Existiram ainda tarefas que não puderam ser facilmente atribuídas a um dos departamentos, por serem transversais a vários e facilitarem o desenvolvimento do trabalho em sentido geral.

Destaca-se o preenchimento de base de dados. Uma das tarefas diárias foi a incorporação de datas históricas e culturais relevantes na base de dados de cronologias. Estas datas são benéficas para a estratégia do uso de efemérides, por exemplo na produção de eventos.

Criámos em conjunto uma base de dados de feiras do livro em Portugal e atualizámos os contactos na base de dados das Câmaras Municipais, depois das eleições autárquicas. Estes dados poderão vir a tornar-se muito úteis, sobretudo, para a colaboração com as Câmaras Municipais em eventos literários na região correspondente.

Outra tarefa, relacionada com a área de edição, mas ao mesmo tempo propícia à organização de possíveis eventos literários, foi a da construção de atributos em forma de *hashtags*, de poemas de autores conhecidos. Desta forma, a equipa que organiza um festival com o tema de revolução, consegue, por exemplo, encontrar facilmente textos seleccionados, que abordem este assunto.



### 3. Projeto editora e formação

Ao final do dia, o grupo de estágio reunia-se para a elaboração do relatório e do projeto de criação fictícia de uma editora e para horas de formação com Paulo Ferreira. Integrado no programa de estágio, mas atendendo à extensão, desenvolvi este tópico num capítulo individual.

Com fins formativos estivemos presentes em dois lançamentos de autores da agência. O primeiro foi o lançamento do livro *Sobre o Amor* de Daniel Oliveira, na Cinemateca Portuguesa. O segundo lançamento foi o do livro infantil *A Tartaruga Celeste e o Menino que Chorava Música*, da autora Sofia Fraga e do ilustrador da Bookoffice, Paulo Galindro, que teve lugar na Livraria Almedina. Depois dos eventos, elaborámos relatórios e notícias para cada um dos lançamentos. A notícia sobre o lançamento da obra de Daniel Oliveira foi publicada no site da Bookoffice (ver anexo E). Este trabalho ajudou-nos a dar atenção ao lugar e à forma da apresentação da obra: às intervenções feitas, à afluência de pessoas, à quantidade de visitantes, mas também às personalidades públicas presentes e ao número de venda de livros.

Apenas a partir de janeiro de 2018 dedicámos algumas horas ao relatório, uma vez que o projeto de criação da editora revelou-se uma tarefa mais complexa do que o esperado.

O objetivo do projeto da editora foi a elaboração de um conceito editorial, conjuntamente com todas as etapas necessárias para montar uma empresa editorial. Este exercício transformou-se no trabalho mais desafiante do estágio, pela complexidade de tarefas e ponderações envolvidas na construção de um negócio. Simultaneamente, foi uma ótima forma de conhecer todos os estratos de uma casa editorial, aplicando os conhecimentos atingidos durante o mestrado e aprofundados no estágio.

O diretor da empresa, Paulo Ferreira, deu-nos algumas horas de formação e ajudou-nos, sobretudo, a perceber a parte financeira duma editora, ou seja, a orçamentação de custos fixos, a orçamentação do produto e os cálculos para poder definir o PVP de um livro, uma decisão que fica sempre ao cargo do editor.

Apresenta-se seguidamente o resultado do projeto de editora, revelando as dificuldades durante o processo da sua criação e indicando as dúvidas restantes e as sugestões de melhoria. A apresentação feita no final do estágio, para a equipa da Booktailors, e a sua crítica, foram muito úteis para este último ponto.

#### *O conceito*

Decidimos criar uma editora independente, de projetos biográficos, chamada Reflexo. A opção por uma editora de biografias deveu-se à questão colocada: o que mais nos interessava nos

livros. Decidimos unanimemente que são as histórias das pessoas, que mais nos fascina. A ideia do nome da editora surgiu do duplo sentido da palavra reflexo, primeiro o da face refletida no espelho ou na água, o que adaptado à editora significa a apresentação duma vida e a possível identificação com a mesma, através da escrita e da leitura. A segunda metáfora vimos na palavra reflexo como resposta a um estímulo, que é o de editar livros com histórias de pessoas.

Esboçamos um catálogo de publicações que pretende surgir da fusão entre a investigação e a criatividade e que tem como intenção divulgar conhecimento e fomentar reflexão, através das histórias de vidas de personagens consagradas, como Günter Grass, mas também histórias inexploradas de pessoas, mas importantes para o avanço da humanidade.

Contudo, o objetivo da Reflexo era repaginar o conceito radicado da biografia, enquanto juntar a ficção aos títulos, para motivar uma interpretação e um pensamento livre – na escrita e na leitura.

Deste modo, a Reflexo poderia satisfazer tanto os leitores que procuram o lazer na leitura, como os leitores com objetivos de ampliação da sua cultura geral. Numa primeira abordagem pensámos em destinar os títulos da Reflexo a um público-alvo para todas as idades a partir dos seis anos. No entanto, decidimos, depois, concretizar a faixa etária para os livros infantis entre os sete e nove anos. Optámos por incluir obras originais, assim como traduções, no catálogo, que em si está dividido em ficção e não-ficção, ambos com títulos infantis e para adultos. Para uma melhor divisão e orientação dos leitores, na procura e escolha dos livros, optámos por publicar os títulos sob seis áreas: Literatura, Artes Plásticas, Ciências, Política, Cinema e Teatro, Música.

O primeiro lançamento desta editora seria uma tradução do livro *W ou le Souvenir d'enfance*, que é uma «semi-autobiografia» de Georges Perec, originalmente publicada pela editora francesa Gallimard. Escolhemos esta obra porque lança o conceito base da editora enquanto junta biografia, ficção e não-ficção. A biografia está escrita em duas narrativas paralelas: Perec mostra por um lado o fantástico mundo que criou como criança de 13 anos e por outro lado exhibe relatos autobiográficos que reconstruem a vida cronológica da sua família.

O grupo decidiu não ter prioridades ligadas às sete áreas escolhidas, apostando em diferentes projetos especiais. A título de exemplo, na coleção de não-ficção infantil, pensámos em dois grandes projetos: O primeiro, com o nome *Diferença*, juntava as histórias de jovens que mudaram o mundo, como Louis Braille ou Malala Yousafzai. O segundo projeto especial, sobre autoras de livros infantojuvenis e as suas personagens icônicas, intitulado *Autoras e os seus pequenos heróis*. Em colaboração e pela mão da autora de livros infantojuvenis e agenciada pela Bookoffice, Carla Maia de Almeida, traçávamos a vida das autoras como Enid

Blyton e Beatrix Potter e as circunstâncias que propiciaram a invenção das suas personagens. Protagonistas que, desde então têm sido heróis de todos os leitores e cujas aventuras são perpetuadas de geração a geração.

### *Calendário de publicação*

Planeou-se que a primeira publicação da Reflexo fosse em setembro de 2018 e um plano de publicação foi desenvolvido para os dois primeiros anos de atividade da editora. Estabeleceu-se o objetivo de publicação de 15 livros por ano, dois títulos por mês. Durante o mês da publicação de um projeto especial, optou-se por publicar apenas este, uma vez que estes títulos exigem um trabalho mais minucioso de edição. Por motivo de serem alturas difíceis para a promoção e para a venda dos livros da Reflexo, no plano de saída não entram os meses janeiro, julho, agosto e dezembro. Vendas reduzidas, na área dos livros, durante o mês de janeiro, podem justificar-se pelos orçamentos inferiores, devido aos gastos na época de Natal. Além disso, a Reflexo não tem títulos que se inserem bem nesta altura, já que com a mudança de ano e os *new years resolutions*, os compradores manifestam maior interesse em livros sobre dieta ou desporto. Os livros adquiridos como presentes de Natal deveriam ser lançados alguns meses antes de dezembro, de modo a serem observados nas livrarias. Com a ausência de muitos leitores durante o verão, julho e agosto também não são meses favoráveis ao lançamento de um livro.

Algumas das datas para os lançamentos foram escolhidas com base num conjunto de efemérides, algumas das quais recolhidas durante todo o período de estágio, na hora dedicada à base de dados de cronologias. Deste modo, aproveitávamos aniversários de nascimento ou morte da personagem, para a publicação da biografia, beneficiando de um maior interesse do público e de uma maior visibilidade, por causa das notícias dedicadas à data. Um exemplo será os 100 anos de nascimento de Sophia de Mello Breyner em novembro de 2019, com uma biografia sobre a autora portuguesa.

Ponderámos, ainda, diferentes alturas do ano para publicações com um tema específico. A título de exemplo, considerámos o outubro como um mês indicado para a publicação de um livro infantil sobre Linus Carl Pauling, bioquímico que desenvolveu investigações sobre os benefícios da vitamina C no tratamento de doenças. Esta data coincide aproximadamente com o regresso às aulas e a mudança de estação. Estas estratégias de lançamento em meses específicos baseiam-se na convicção da melhor visibilidade, publicidade e inserção no mercado do livro para o produto nos momentos certos, acreditando, simultaneamente, em vendas ao longo do ano.

### *Funções dentro da editora*

Para um bom funcionamento de um projeto, é indispensável definir as áreas de atuação e responsabilidades de cada colaborador envolvido. Foi decidido que cada elemento do grupo de estágio adotaria o papel de editora. Assim, uma ficaria com a ficção adulta, outra com a não-ficção adulta e outra responsável pela literatura infantil. Optou-se, também, por escolher uma pessoa responsável pela comunicação, outra pelo secretariado e outra pela distribuição. Esta estrutura de uma equipa pequena de três editoras, que incorporam diferentes funções, possibilitaria um trabalho cooperativo e um empenho abrangente em todas as tarefas, para além das responsabilidades de cada uma. A distribuição seria interna e a venda efetivada em livrarias independentes e online, através do site da editora, uma vez que, sendo uma editora pequena, no início da sua atividade, teria uma disponibilidade de recursos limitada. A revisão, a tradução, a paginação, a contabilidade e o design seriam efetuados em regime de outsourcing.

### *Análise SWOT*

Para uma avaliação do posicionamento e possível rendimento espectável da editora Reflexo, elaborámos uma pequena análise SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, Threats*), considerando os pontos fortes e fracos da editora, bem como as oportunidades e ameaças não influenciáveis da editora. De acordo com a descrição de José Afonso Furtado:

De um modo simples, a análise SWOT é uma ferramenta de diagnóstico estratégico que permite a identificação, por parte de uma organização ou de outras entidades (uma empresa, um país, um sector de actividade, etc.), de forma integrada, dos principais aspectos que caracterizam a sua posição estratégica num determinado momento, tanto a nível interno quanto externo. (Furtado, 2008: 32)

Como pontos fortes da empresa prevemos a distribuição personalizada e a nossa capacidade técnica através da qualificação atribuída. A distribuição interna é também um dos pontos fracos, uma vez que os livros não chegam a todos os locais, como no caso de uma distribuição feita por empresas com um círculo de relações de negócios abrangente. Outro ponto fraco da empresa trata-se do baixo poder económico e, com isso, negocial. Uma oportunidade prevista é a inovação do conceito da editora – embora tendo presente a imitação fácil – já que a maioria das editoras portuguesas, com títulos biográficos, publicam apenas biografias na área da não-ficção, sobre pessoas contemporâneas e para um público adulto, como por exemplo a Porto Editora. Na área das biografias de não-ficção para crianças, existe a concorrência da coleção «Grandes Vidas Portuguesas» publicada pela Pato Lógico. Uma condição externa considerada favorável à empresa é a gradual recuperação económica do país, confirmada pela

Comissão Europeia (a pesar de o poder económico da população ser, ainda, considerado baixo, devido à crise) (Antunes, 2018 e Lusa 2018). Em simultâneo, admitimos a ameaça das grandes editoras, pela maior visibilidade e pelo maior reconhecimento.

Este exercício de reflexão sobre a posição da editora no mercado editorial português, embora não concluído, ilustra a dificuldade de integração de pequenas editoras no mercado do livro nacional e reforça a importância de estratégias empresariais, para ultrapassar as dificuldades iniciais e ao longo da atividade de uma editora.

### *Plano de marketing*

No enfoque de atenção do plano de *marketing* da editora Reflexo estão os lançamentos dos respetivos títulos. Estabelecemos dois tipos diferentes de lançamento, os das obras nas quais a editora quer apostar, estando disposta a investir mais em publicidade, e outros títulos, para os quais os gastos em atividades de marketing têm de corresponder ao orçamento básico, pré-estabelecido.

Deste modo, decidiu-se gastar, normalmente, um total de 100€ para os lançamentos. Antes do evento apostaríamos na pré-venda do livro autografado e na entrega do livro aos jornalistas. Tentaríamos, também, contactar com os principais meios de comunicação e produtores de festivais e investiríamos em materiais gráficos promocionais como *flyers*, marcadores ou postais para a divulgação do produto. Editaríamos, ainda, um evento no *facebook*, a publicar na semana anterior ao lançamento.

Para o dia do lançamento, procuraríamos um local referente ao tema e direcionado ao público-alvo do livro, preferencialmente um espaço social com muita afluência, como por exemplo a livraria Menina e Moça ou o bar O Bom o Mau e o Vilão. Considerando que, conforme Bailey:

The marketing department, like the editorial department, is in direct touch with the external environment. Its job is to get books to readers, and it must know who and where the potential readers are, and know how they can be reached. [...] The focus of the marketing department's energy must be where the decision to buy the book is made, and this will vary depending on the particular individual book. (Bailey, 1990: 39)

De acordo com a indicação de Paulo Ferreira, não deveríamos pensar unicamente na apresentação tradicional de um livro – o autor ou o editor a responder a perguntas de um moderador – mas também em organizar lançamentos inovadores. A título de exemplo, mesas de debates sobre o tema abrangido no livro, com personalidades do mundo literário (por serem uma forma mais interessante de apresentar uma obra, sobretudo porque nem sempre é possível

convidar o autor ou a autora para a sessão, por exemplo em casos de traduções de obras estrangeiras).

Arranjávamos ainda uma mesa para a venda da obra e se for possível, uma sessão de autógrafos com o autor.

Na semana seguinte ao evento íamos capitalizar a experiência do lançamento com fragmentos de vídeos publicados no *facebook*. Após o lançamento é aconselhável manter ou estabelecer mais contactos com festivais literários para a continuação da promoção do livro.

Para os lançamentos de projetos especiais, estabeleceu-se um orçamento de 5000€ para ações de marketing. As intervenções durante a pré-venda, o lançamento e na fase do pré-lançamento, manter-se-ia idêntica à dos lançamentos convencionais, adicionando algumas estratégias de promoção mais dispendiosas. No dia do lançamento, por exemplo, investir-se-ia em locais maiores e com catering. Na fase do pré-lançamento optar-se-ia por marketing nas redes sociais, em *booktrailers* e em ações de *bookcrossing*.

*Booktrailers* são vídeos curtos com fins promocionais de uma obra. Idênticos aos trailers para a divulgação de um filme, sendo que, no caso de um *booktrailer*, não é possível fazer uso de materiais audiovisuais. A promoção digital de um livro, no entanto, é benéfica sobretudo na venda online dos mesmos, considerando o enorme alcance a um público extenso.

O *bookcrossing* é uma forma de divulgação do livro numa cadeia de distribuição entre leitores. Cada pessoa, editora ou instituição pode receber um código de referência (*Book Crossing Identity*)<sup>2</sup> para um livro e entregá-lo a outra pessoa, que o enviará ao próximo leitor. Uma vez que o livro fica registrado na plataforma *online*, o emissor pode seguir o seu caminho. Desta forma, amplia-se, sem custos aplicativos, a circulação de uma obra e é criada uma rede entre leitores. A função da edição, segundo Bailey, de dar livros ao mundo – «The function of publishing is supply books to the world.» (Bailey, 1990: 11) – é cumprida duma maneira económica e eficiente. Criado em 2001 pelo americano Ron Hornbaker, através da inauguração do website homónimo, hoje em dia, o *bookcrossing* é já prática comum em todo o mundo e a plataforma *online* apresenta-se como a biblioteca mundial.<sup>3</sup>

Apostaríamos, à parte dos lançamentos, em outras estratégias de marketing como a produção de marcadores para entregar às livrarias, de forma a publicitar a editora. Confiaríamos também na presença *online* da editora, não apenas no seu website, mas também em redes sociais como o *facebook* ou o *Instagram*, por serem uma forma rápida e barata de divulgar informações a um vasto público, sobre os autores e livros da Reflexo.

---

<sup>2</sup> Distingue-se do ISBN (*International Standard Book Number*), que é atribuída à edição.

<sup>3</sup> <http://www.bookcrossing.com>.

### *Orçamentação e plano financeiro*

A elaboração de um orçamento para a Reflexo foi uma das missões mais difíceis na criação da editora, dada a inexperience deste grupo de estágio no que concerne a um plano financeiro anual e, por conseguinte, à falta de conhecimento sobre métodos essenciais. Como já foi dito, Paulo Ferreira ajudou-nos sobretudo nesta área do projeto. Dividimos o cálculo do orçamento necessário para a constituição da editora em duas partes, por um lado os custos anuais, básicos para a execução e a atividade da empresa, e, por outro, os custos atribuídos à produção de cada projeto de publicação – o orçamento de produto.

Para os custos fixos ao longo do ano, calculámos estimativas com base de algumas pesquisas. Orçamentámos custos mensais, como o aluguer de um escritório, os salários, as despesas com água, luz, internet e telefone, bem como custos pontuais (mobiliário, equipamentos informáticos, eletrodomésticos, o desenho da identidade gráfica, o registo da marca, a elaboração dum site da editora e uma impressora com papel e tinteiro). Como é aconselhável, incluímos ainda um valor para custos imprevistos, podendo ser utilizado para custos de marketing, não considerados na orçamentação.

A segunda componente do orçamento total, o orçamento de produto, é unicamente realizável – para todo o ano – depois de fechado o catálogo. Este objetivo não foi atingido e, como consequência, não foi possível elaborar a totalidade do orçamento de produção anual. Não obstante, concebemos o processo da contagem dos custos de produção, com a ajuda do Paulo Ferreira, e fizemos o cálculo para alguns dos projetos planeados para a editora. Esta tarefa foi essencial para o entendimento dos critérios da determinação do PVP. O preço de venda ao público do livro é definido pelo editor, após um cálculo minucioso entre custos e lucro. Com base nos cálculos de alguns títulos, verificámos que nem todos os projetos eram realizáveis e que é importante saber considerar todas as incertezas na venda de livros, desde os valores apenas estimados, como danificações, número de vendas e a quantidade de livros não vendidos e devolvidos, depois da venda (à consignação) à livraria. O editor Carlos Veiga Ferreira resume estas características da edição em poucas palavras: «É um negócio difícil e imprevizível» (Costa, 2013: 52)<sup>4</sup>.

### *Reflexão sobre o projeto de editora*

O resultado do exercício da criação de uma editora merece algumas melhorias, sobretudo respeitante à elaboração exata do plano editorial. Apercebemo-nos que tínhamos dado

---

<sup>4</sup> Destaca-se aqui que Carlos Veiga Ferreira abrange com esta frase também outras características da edição do livro, como a insegurança se o livro que um editor está a publicar vai ser bem-recebido pelos leitores.

demasiada atenção às personalidades e às efemérides do lançamento dos títulos, em vez de elaborar um perfil de conteúdos e objetivos para cada obra biográfica. Faltou definir os títulos com a ficha técnica completa, determinação do autor, marcas de originalidade da biografia planeada e o PVP determinado, após cálculo individualizado de cada projeto. A partir de esta informação, também seria possível a realização de um plano de *marketing* adaptado a cada projeto e um orçamento completo.

Foi ainda discutida a distribuição interna e a decisão contra a venda nas grandes livrarias como a FNAC ou a Bertrand. A distribuição feita pela editora roubaria tempo de trabalho em outras áreas da empresa, como a revisão ou a comunicação. A venda de livros dirigida apenas às livrarias independentes limitaria a visibilidade dos produtos.

Outro ponto a ponderar seria a possibilidade de repensar sobre a opção do *e-book*, não considerada.

A análise de posicionamento no mercado editorial da Reflexo, desafiou-me a reconhecer uma editora como empresa, enfrentado a um mercado competitivo que precisa de uma boa gestão estratégica para a sua existência. Igualmente, não chegamos a confrontar os pontos analisados, de modo a encontrar estratégias para melhorar os pontos fracos, reduzir as ameaças e maximizar as oportunidades, conforme sugere Furtado (Furtado, 2008: 37).

O processo de elaboração do orçamento para a editora Reflexo ajudou-me a valorizar a importância do controlo de custos, uma boa estratégia financeira empresarial e revelou a realidade da edição dos livros. Vai muito para além de um trabalho criativo à volta de textos, se analisarmos apenas os custos fixos para manter o funcionamento da editora, retirando os custos da produção, (independentemente do lucro da empresa), não podem ser subestimados. Como a edição é também um negócio onde o lucro é partido entre muitos atores o dinheiro, segundo Bailey, é um fator que devia estar sempre na visão íntegra dum editor:

[...] money leads us to another aspect of the publishing environment, an aspect that must always be a part of a publisher's total perception. Publishing is an activity – a cultural and social activity, but also a business activity. Investment capital is necessary, books must be sold and money collected, and the printer's bill must be paid. Money flows from the costumers (readers) to bookstores and wholesalers and then to publishers, and from the publishers it flows to authors, printers, advertising media, stockholders, and so forth. (Bailey, 1990: 17)

O exercício também me fez compreender a importância dos contratos de edição e dos contratos de venda de direitos, com todas as determinações sobre *royalties* e adiantamentos, diferentes edições (como *e-book* ou *audiobook*) o território definido, entre outros. Apercebi-me que a capacidade de compreensão dos contratos, por parte da editora, é imprescindível. Assim, se a casa editorial não integra um departamento jurídico, o editor, incorporando essas funções,



deve ter um conhecimento na área de negociação e legislação. No caso de um autor no início da sua carreira, existe uma especial dificuldade de perceber os detalhes de um contrato e uma clara vantagem de um agente experiente.

Acredito que a criação de raiz de uma editora foi um dos maiores desafios, embora, a verdadeira integração da editora Reflexo no mercado editorial português precisasse ainda de muito desenvolvimento e considerações. Este foi, sem dúvida, um dos exercícios mais desafiantes e proveitosos, durante o estágio na Booktailors.

## **Conclusão**

O programa de estágio curricular foi proveitoso a vários níveis.

Enquanto local de estágio, a empresa Booktailors, oferece uma perspetiva abrangente do mundo literário, para além da atividade editorial. Isto acontece pela posição singular que esta entidade ocupa no mundo do livro a nível nacional e internacional. Trata-se de uma empresa de serviços, que concilia a atividade de diferentes intervenientes e funções na cadeia de valor do livro.

Desta maneira, fiquei a conhecer algumas formas e estratégias de trabalho no âmbito da produção de eventos literários, do agenciamento literário e da comunicação empresarial. Ao nível do agenciamento colaborei na concretização de reuniões em feiras internacionais e viagens de prospeção dedicadas à venda de obras para o estrangeiro. Tal realizou-se através da análise de editoras quanto à correspondência entre oferta e interesses literários, da coordenação, preparação e do agendamento de reuniões, bem como da manutenção de contactos. Foi também uma oportunidade de contactar detalhadamente com obras e autores do panorama literário português atual.

Aprendi a criar conteúdos de comunicação empresarial e na área de produção de eventos literários contribui na conceção de projetos, na logística de convidados, na facilitação de materiais e na recolha e atualização de dados.

Saliento que durante todo o meu estágio obtive um contacto real e prático com o mundo de trabalho, com inerentes benefícios no desenvolvimento de competências profissionais como gestão de tempo, pro-atividade, responsabilidade e eficiência no uso de diferentes conteúdos e ferramentas de trabalho.

A adoção de funções em diferentes áreas possibilitou-me também definir interesses profissionais, confirmando e revelando preferências nestes domínios. Identifiquei-me bastante com o agenciamento, pela análise sistemática das obras, dos autores e do mercado e a tradução desse trabalho em informação organizada e com utilidade prática para a negociação dos direitos de autor.

Embora não tenha tido funções atribuídas na consultoria editorial, a formação teórico-prática decorrida em simultâneo com a atividade de estágio veio complementar este aspeto, levando-me a refletir sobre as diversas necessidades de uma casa editorial. Tratou-se duma formação dirigida aos aspetos práticos do projeto da criação de uma editora fictícia. Deste modo, abordaram-se sequencialmente os passos fundamentais à construção de uma editora, desde a criação de um conceito editorial, passando pelo plano de marketing até à orçamentação

anual, aspetos importantes da minha formação, com os quais não teria tido contacto no quotidiano do estágio.

Refletindo sobre a experiência durante o estágio, considero relevante a formação académica obtida, no entanto, julgo que deveria ser complementada com uma cadeira que trate da gestão editorial. Recapitulando, considero que realizar a componente não-letiva no âmbito dum estágio na empresa Booktailors foi um complemento fundamental e enriquecedor à formação académica do mestrado em Edição de Texto.

Na minha opinião, a visão realista e as competências adquiridas no contexto real de trabalho vão ajudar-me a escolher e também conseguir um futuro emprego nesta área.

## Bibliografia

Antunes, C. (2018, 07 de fevereiro). “A recuperação económica de Portugal é espetacular”: os elogios de Moscovici. *Expresso*. Disponível em: <http://expresso.sapo.pt/economia/2018-02-07-A-recuperacao-economica-de-Portugal-e-espetacular-os-elogios-de-Moscovici#gs.nKbfpyQ>.

Bailey, H.S. (1990). *The art and science of book publishing*. Ohio: Ohio Press.

Costa, S.F. (2013). *Carlos da Veiga Ferreira: Os editores não se abatem*. Lisboa: Booktailors.

Furtado, J.A. (2008). *A Edição de Livros e a Gestão Estratégica*. Lisboa: Booktailors.

Lusa (2018, 07 de fevereiro). SÍNTESE/UE/Previsões: Economia abranda em 2018 após crescimento "mais rápido da década". *Diário de Notícias*. Disponível em: <https://www.dn.pt/lusa/interior/sinteseueprevisoes-economia-abranda-em-2018-apos-crescimento-mais-rapido-da-decada-9104921.html>.

Marques, J.E. (2017, 11 de junho). 1.820 livros vendidos por hora e outras curiosidades da Feira do Livro de Lisboa. *Observador*. Disponível em: <https://observador.pt/2017/06/11/1-820-livros-vendidos-por-hora-e-outras-curiosidades-da-feira-do-livro-de-lisboa/>.

Organização de feiras de livros: uma entrevista com Sônia Zanchetta (2015, 08 de dezembro). Disponível em: <http://camaramineiradolivro.com.br/noticias/organizacao-de-feiras-de-livros-uma-entrevista-com-sonia-zanchetta/>.

Silva, J.C.e (2017, 04 de março). Os festivais literários como máquina de lançar livros. *Diário de Notícias*. Disponível em: <https://www.dn.pt/artes/interior/os-festivais-literarios-como-maquina-de-lancar-livros-5703356.html>.

## **Anexos**

Seguem os anexos, conforme indicados no corpo de texto.

Os primeiros dois anexos constam de fichas de leituras dos livros *Jesus Cristo Bebia Cerveja* de Afonso Cruz (P. 29–31) e *Debaixo de Algum Céu* de Nuno Camarneiro (P. 32), elaboradas no âmbito do agenciamento. Ambos encontram-se em estado de construção.

De seguida, estão expostos alguns exemplos de *posts* com conteúdos sobre o mundo de edição, elaborados para o site do *facebook* da empresa (P. 33–36).

Entre a página 37 e 59 encontra-se o documento Lisbon Guide | CELA, um guia por mim criado, para a orientação dos convidados durante o Specialisation Course in personal marketing em Lisboa. O documento foi disponibilizado pela empresa após modificações.

O último anexo é um *screenshot* da notícia sobre o lançamento da obra *Sobre o Amor* de Daniel Oliveira, feito pelo grupo de estágio (P. 60).

### **Jesus Cristo bebia cerveja (2012)**

**Ano:** 2012 (1.ª ed.)

**Editor Original:** Alfaguara

**N.º Páginas:** 248

**Género:** Ficção literária/Romance

**Locais:** uma aldeia alentejana não especificada

**Temas:** contraste cidade/campo, Terra Santa, diferenças religiosas, cristianismo, hinduísmo, religião yorubá, ciência e religião, perda, sacrifício, senilidade, imaginação infantil, amadurecimento.

#### **Argumentos de venda**

##### *Edições estrangeiros:*

- Autor traduzido em mais de 20 países.
- Editado no Brasil, em Canadá, na Colômbia, na Espanha e na Itália.

##### *Prémios:*

- Prémio Livro Português do Ano da *Time Out Lisboa*, 2012;
- Melhor Livro do Ano segundo os leitores do jornal *Público*, 2012.

##### *Características do livro:*

- Choque de caracteres com culturas, idades, crenças e objetivos diferentes frente um panorama rural onde todos reúne a fatalidade;
- É a escrita a arma mais perigosa de todas?
- Pode um ato/um suicídio de sacrifício tornar famoso?;
- Pode a imaginação infantil transformar uma aldeia alentejana em Jerusalém?

#### **Sinopse**

Rosa é uma adolescente portuguesa, que vive com a sua avó Antónia numa aldeia alentejana. O último desejo da avó, que já é senil e dependente da ajuda da neta, é ver a Terra Santa. Borja, o velho professor de Matemática, que está apaixonado pela Rosa, lhe ajuda a transformar a aldeia em Jerusalém. O cenário é o chalé de Miss Whittemore. A senhora, com raízes multinacionais, comprou, anos atrás, quando a povoação era apenas composta por um casal, a aldeia e encomendou habitantes. Ao espectáculo juntam-se o pastor Ari, que luta pelo amor de Rosa

### Enredo

Rosa, uma miúda/adolescente portuguesa, cuida da sua avó senil, com a qual vive numa aldeia alentejana. Os pais de Rosa a tinham deixado sozinha com a velha surda: a mãe de Rosa fugiu com um novo homem para Lisboa depois do pai deixar de cheirar a trabalho na terra, este, não conseguindo refrear a dor do abandono, suicidou-se (como?)

O avô de Rosa mais tarde atirou-se para o poço de casa depois de ter sido acusado de homicídio e ter sido maltratado do capitão, cuja própria mulher tinha sido a assassina, em busca de atenção do marido.

Rosa, para poder reviver certos acontecimentos como este — tristes ou felizes — leva pedras do local do incidente. Chupando nas pedras saborea o momento do passado [50].

Restava-lhe, portanto, a avó, que se tinha transformado na Virgem Santa, em substituição da mãe que naquele tempo tinha sido a sua santa, quando a comparava com a Virgem de porcelana, com as mãos frias. O padre da aldeia lhe castiga por essas declarações, mas a fé e a imaginação de Rosa são inabaláveis [22-25].

Ari o pastor que cheira à terra, é o amigo mais velho de Rosa. O seu emprego em “part-time” é indicar com a sua lanterna os lugares aos visitantes quando há projecção de filmes na velha sala de teatro [40-41]. Os dois amigos vivem o primeiro amor e a primeira experiência de contacto físico com o outro género. Mas Rosa está desejada de mais homens da aldeia. A relação entre os jovens começa a ficar instável quando o professor Borja, um homem de mais de setenta anos e que não acredita em Deus mas em ciência, começa a interessar-se pela Rosa. Ele promete-lhe ajudar a realizar o maior desejo da avó Antónia: visitar a Terra Santa antes de morrer. A ideia do professor é transformar a aldeia em Jerusalém. O cenário para este objetivo é o chalé de Miss Whittemore. A senhora, com raízes multinacionais, comprou, anos atrás, quando a povoação era apenas composta por um casal, a aldeia e encomendou habitantes [32-].

Borja já antes costumava usar a propriedade de Miss Whittemore para encenações. Como ele acha que escrever é a arma mais perigosa de todas, provoca o sargento Oliveira e sobre tudo o caseiro Rato, com quem mantém uma briga infinita, pintando frases poéticas em nome de Diógenes de Oenoanda na parede da entrada da casa de Miss Whittemore [26-31]. Além deste segredo guarda consigo a lembrança da sua mulher... e da sua filha...

Para a transformação da aldeia

Ao espectáculo junta-se o pastor Ari, que luta pelo amor de Rosa.

O padre Teves, que tinha sido castigado pelo pai por desejar ser profeta, começou a aceitar as dores como um sacramento mágico [54-55].

tinha de deita-se com a prostituta, castigo,

A adolescência de Rosa, em que passa pela primeira experiência de trabalho, explora o amor e cuida da avó, cujo maior desejo — ver a Terra Santa — tenta realizar, ocupa o enredo principal da história.

Mas o leitor chega a conhecer a infância da miúda: Para poder reviver certos acontecimentos como este — tristes como felizes — leva pedras do local do incidente. Chupando nas pedras saborea o momento do passado. Assim o leitor acompanha a Rosa de uma miúda que adora os pais e os avós, dos quais acredita que são sagrados.

Rosa aceita um trabalho como criada na casa de

Para levar Antônia para Jerusalém, recorrem à falta de conhecimento do mundo urbano e moderno da velha e contam-lhe que “o avião”, o bar infame da aldeia, os leva para Jerusalém. O bar



### **Debaixo de Algum Céu (2011)**

**Ano:** 2013 (1ª ed.)

**Editor Original:** Leya

**N.º Páginas:** 199

**Género:** Ficção literária/Romance

**Locais:** um prédio de 3 andares numa vila não especificada à beira-mar em Portugal.

**Temas:** Angústia, política, religião, inferno e purgatório, violência doméstica

#### **Argumentos de venda**

##### **Prémios:**

- Este romance venceu o Prémio Leya de 2012.

##### **Características do livro:**

- História contada numa unidade de tempo que reata o texto clássico, o teatro grego na unidade de tempo e espaço/acção.
- Uso de metonímia: Representa a sociedade contemporânea de Portugal a partir de um único prédio à beira-mar em .
- referências a Robert Musils "O homem sem qualidades" e à Bíblia
- confronta as declarações de dois grandes escritores: "O inferno são os outros", de Sartre e "O inferno somos nós", de Calvino.
- "Janela indiscreta": o leitor percebe as ligações entre as personagens que os próprios personagens não conhecem.
- O livro salta entre as vozes das personagens e a voz do narrador, usando a técnica de fluxo de consciência

#### **Sinopse**

#### **Enredo**

Anexo C – Facebook posts (exemplos)

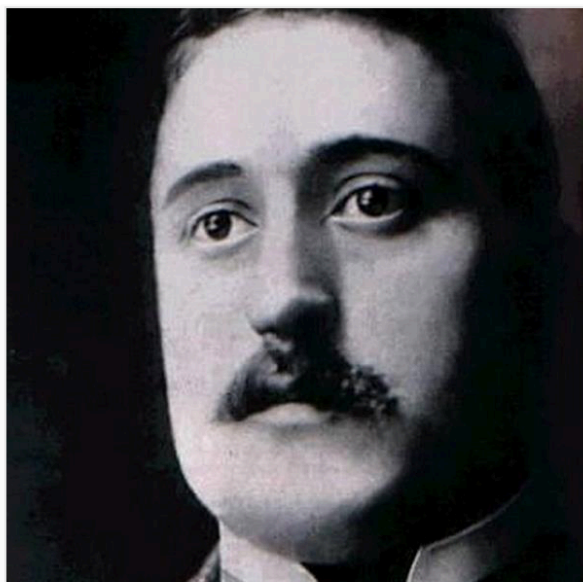


**Booktailors**

5/2 · 🌐

...

Leia aqui sobre a obra «As onze mil varas», de Guillaume Apollinaire, um livro erótico que ridiculariza a sociedade francesa do século XX.



Jornal Rascunho



Jornal Rascunho



**Booktailors**

7/2 · 🌐

...

«A utopia concebe uma humanidade liberta da exploração, do medo e da mentira.» Leia a entrevista da «Estante» a Luís Oliveira, editor da Antígona.



REVISTAESTANTE.FNAC.PT

**Luís Oliveira (Antígona): "As melhores obras distópicas continuam a ser um espelho terrivelmente fértil"**



**Booktailors**

7/2 · 🌐

...

Dois séculos depois da sua publicação, «Frankenstein» ainda influencia a arte e a ciência. Leia aqui a história da criação do monstro, por Mary Shelley.



24.SAPO.PT

**Frankenstein. A inspirar arte e a ciência 200 anos depois - SAPO 24**



**Booktailors**

8/2 · 🌐

...

Leia aqui como a arte da tradução de literatura clássica muda com cada geração.



**EL PAÍS**

ELPAIS.COM

**En busca de Homero**

Cada generación cuenta con su nueva traducción de los clásicos para q...



**Booktailors**

22/2 às 9:30 · 🌐

...

«El cómic es precisamente ideal para aprender a leer [...]» Leia a entrevista do «El País» a Bárbara Serrano, fundadora da editora La Casita Roja.

[Ver Tradução](#)



**EL PAÍS**

ELPAIS.COM

“El humor en el cómic es el gancho ideal para aficionar a los niños a la lectura”



**Booktailors**

9/2 às 18:00 · 🌐

...

Veja aqui alguns romances inspirados em teorias da conspiração.



THEGUARDIAN.COM

**Top 10 conspiracy theories in fiction**

Stories that appear to buy into hidden plots, from Franz Kafka to Thoma...





**Booktailors**

23/2 às 18:00 · 🌐

...

Veja aqui 10 filmes inspirados em livros que podemos esperar no cinema, em 2018.



PUBLISHERSWEEKLY.COM

### The 10 Most Anticipated Book-to-Film Adaptations of 2018

'A Wrinkle in Time,' 'Fahrenheit 451,' and more.

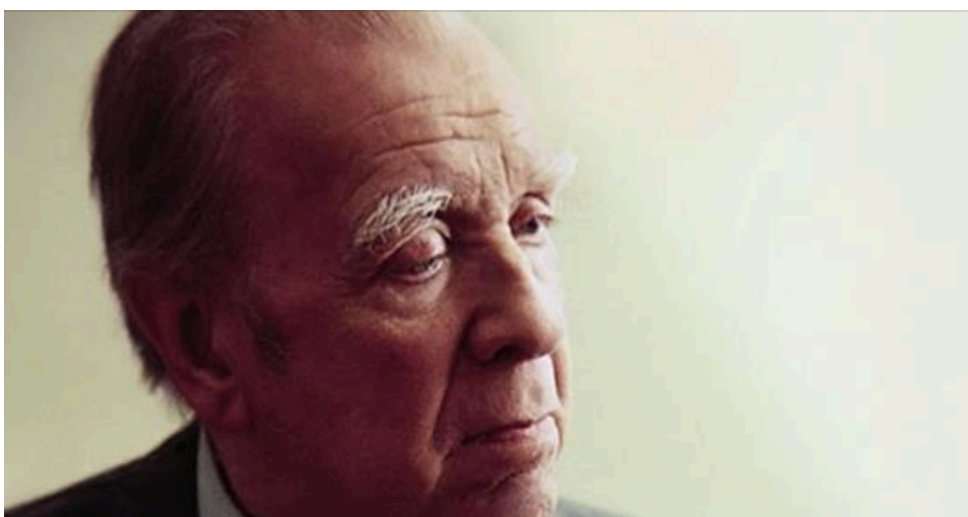


**Booktailors**

15/2 às 13:00 · 🌐

...

«Não tenho genialidade de nenhuma espécie. Sou apenas um pequeno escritor sul-americano, um mínimo argentino.» Leia aqui a última entrevista de Jorge Luis Borges.



REVISTABULA.COM

### A última entrevista de Jorge Luis Borges | Revista Bula

O escritor morreu alguns meses depois de ter concedido a entrevista a...



**LISBON GUIDE | CELA**  
March 18th to March 31st 2018

<b>Arrival</b>	<b>2</b>
Possible itineraries from the airport to the apartments	2
Metro	2
Aerobus	2
Taxi	2
Alyssa Saro   Rebekka de Wit	3
Silver   Gold Apartment	3
Metro	3
Aerobus	4
Mariana Torres	5
Alfama River Loft	5
Metro	6
Aerobus	7
Catalin Pavel   Fabio Guidetti   Maurizio Amendola	8
Jardim Botânico	8
Metro	9
Aerobus	10
<b>Booktailors' office</b>	<b>11</b>
How to get to Booktailors from your apartments:	12
Alyssa Saro   Rebekka de Wit	12
Silver   Gold Apartment	12
Mariana Torres	13
Alfama River Loft	13
Catalin Pavel   Fabio Guidetti   Maurizio Amendola	14
Jardim Botânico	14
<b>Stay</b>	<b>15</b>
Important information and contacts	15
<b>What to see</b>	<b>17</b>
Places to discover in the different districts of Lisbon:	17
Excursions outside of Lisbon	19
Sintra	19
Cascais	20
Christ Statue in Almada	21
<b>Mini-interpreter</b>	<b>22</b>

## Arrival

### Possible itineraries from the airport to the apartments

#### Metro

1. There is a metro station right at the airport called *Aeroporto*. When you get off the security check after the baggage claim, just follow the indication signs.



2. You will find an escalator that takes you to the underground where you'll see the counter and the apparatus where you can buy your ticket before entering the metro.
3. For 0,50€ you can buy a rechargeable *Viva viagem* card at every metro station, where you can charge the money for as many journeys you like, or you can put a deposit of 3, 5, 10 or 20€, which is withdrawn by every entrance of the metro, called *zapping*. One journey costs 1,45€. This card can be used for the Metro, bus also for Carris buses (the yellow ones), CP trains (urban line only), among others.



#### Aerobus

- You can also take the "Aerobus" from the airport to the apartment.
- It has regular trips between the airport and important points in the city center, including bus and train stations. The Aerobus works between 7.40 am and 19.00 pm (every 20 minutes) and 19.00 pm and 22.45 pm (every 25 minutes). A ticket for 24 hours costs 3,60€.
- The bus starts outside the airport. It is easy to recognize due to its light-green colour. With this bus you can also get easily around Lisbon's main spots, during your stay.

#### Taxi

Taxis are quite cheap in Lisbon. The minimum fare is 3,25€ during the day and 3,90€ during the night. Additionally 0,47€/km (day) or 0,56€ (night) and 1,60€ per piece of luggage. The shuttle from the airport to the center is between 10 and 15€.

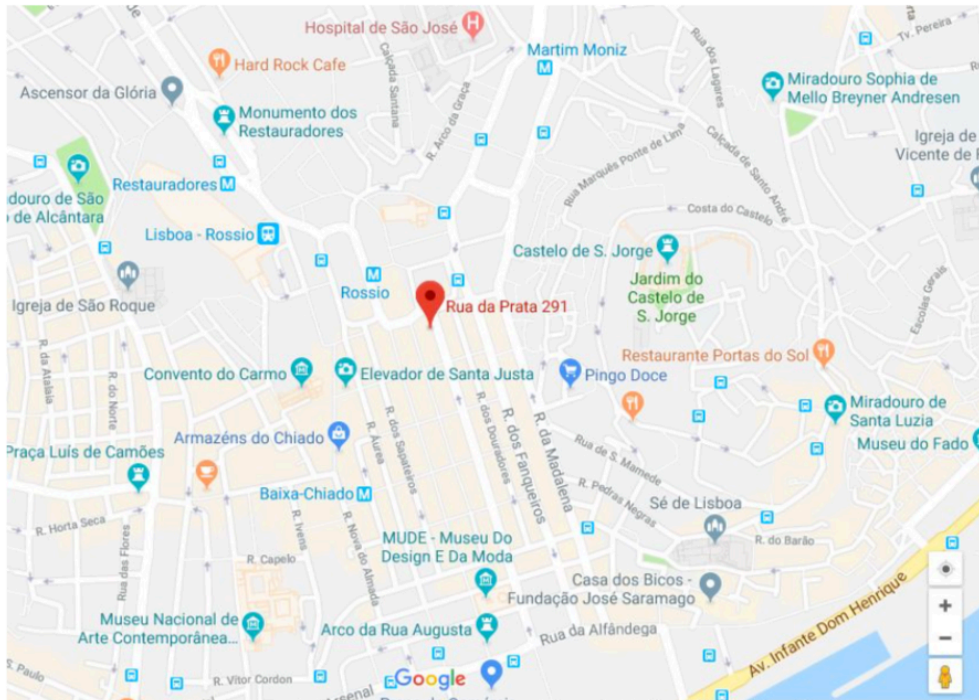


Alyssa Saro | Rebekka de Wit

### **Silver | Gold Apartment**

Address: Rua da Prata, 291, 3.º direito e esquerdo (3rd floor right and left), 1100-202 Lisboa

At the arrival to the apartment, there will be a person of the company that manages the apartments to check you in. They will give you the keys, show you the apartment around and give you some tips about the area.

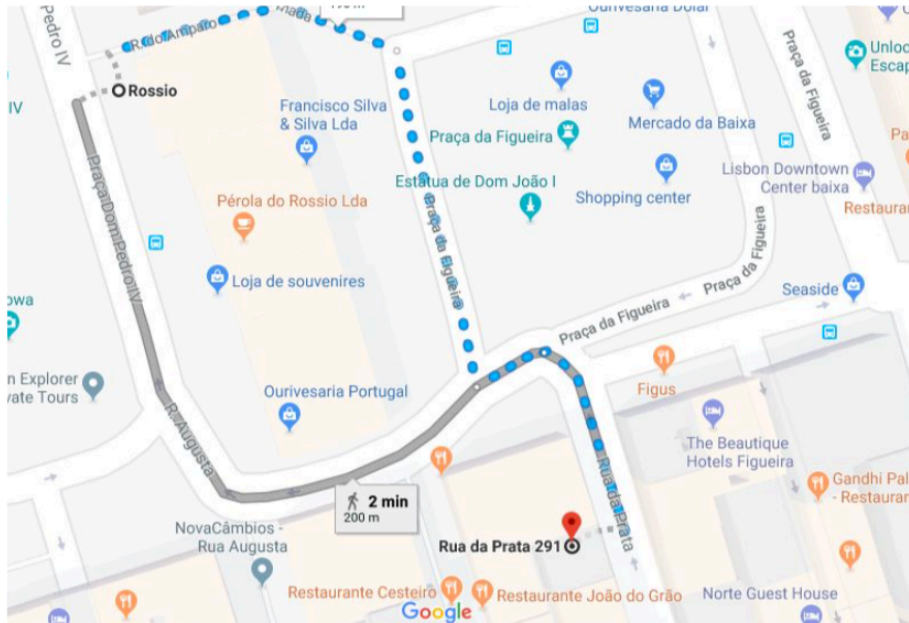


### **Metro**

1. Take the red line with destination to *São Sebastião*.
2. Change at *Alameda* to the green line, with destination to *Cais do Sodré*.
3. Get out after five stops, at *Rossio*.
4. Take the exit to *Praça da Figueira*.
5. From this square you only have to go to Rua da Prata and walk up to number 291.

**Aerobus**

1. Take **line 1** and stay until the stop *Praça da Figueira*.
2. From this square you only have to take the *Rua da Prata* street.
3. The apartment is in 40 meters, on your right.

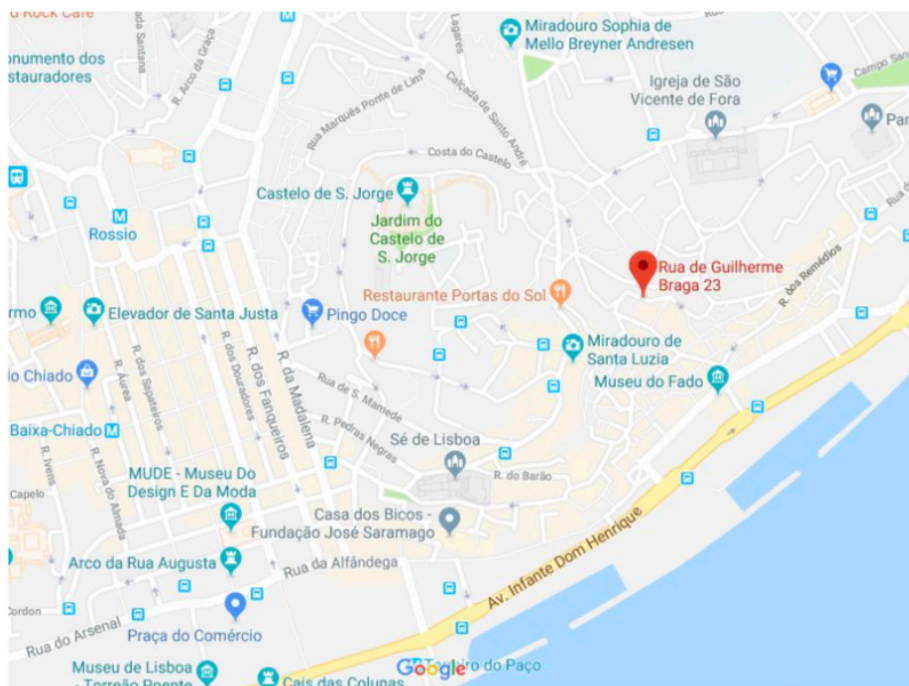


Mariana Torres

**Alfama River Loft**

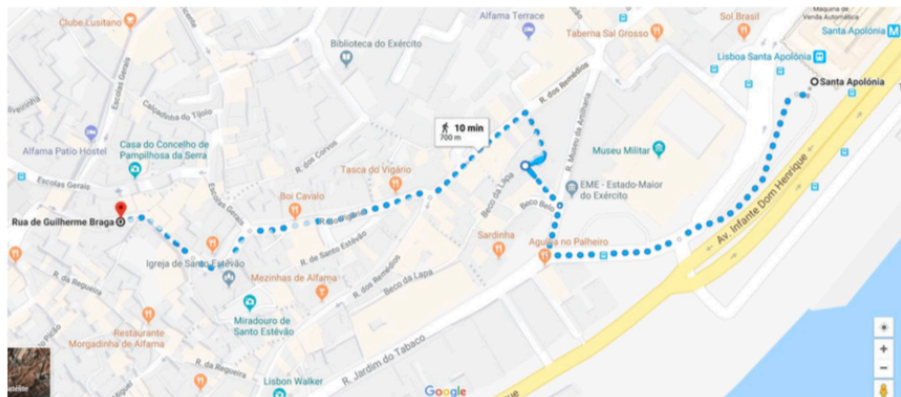
Address: Rua de Guilherme Braga, 23, r/c frente (ground floor), 1100-411 Lisboa

At the arrival to the apartment, there will be a person of the company that manages the apartments to check you in. They will give you the keys, show you the apartment around and give you some tips about the area.



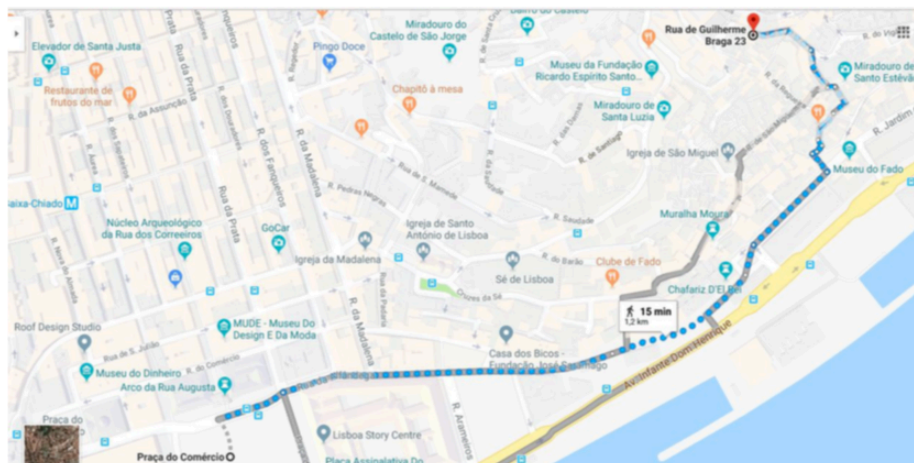
### Metro

1. Take the red line with destination to *São Sebastião*. Stay until the last stop *São Sebastião*.
2. Change to the blue line with direction to *Santa Apolónia*. This is also where you have to get out.
3. Go to the main entrance of the train station.
4. Go straight until *Rua Museu da Artilharia*, where you turn to the right.
5. After 30 meters take the *Beco do Surra* street.
6. Continue until reaching the *Rua dos Remédios*, where you turn left.
7. When you reach a fork, take the street to your right, *Rua do Vigário*. Continue straight, turn slightly to the right in direction to *Largo de Santo Estevão*.
8. Continue until *Rua de Guilherme Braga*. You will find the apartment after 80 meters, on your left.



### Aerobus

1. Take **line 1** and stay until the stop *Praça do Comércio*.
2. From this square, looking to the big arch, turn to your right and go straight until the square *Largo do Chafariz de Dentro*.
3. Turn to your left and take the street *Largo do Chafariz de Dentro*.
4. Turn to the right to continue on this street.
5. Turn to the left to continue on to the *Largo do Chafariz de Dentro*.
6. Go to the right and take the *Beco do Espírito Santo*.
7. Continue to *Calçadinha de Santo Estêvão*.
8. Turn to your left with direction to *Beco do Carneiro*..
9. Turn to the right in direction to *Largo de Santo Estêvão*.
10. Turn slightly to your left to the *Rua de Guilherme Braga*.
11. The apartment is in 80 meters, on your right.





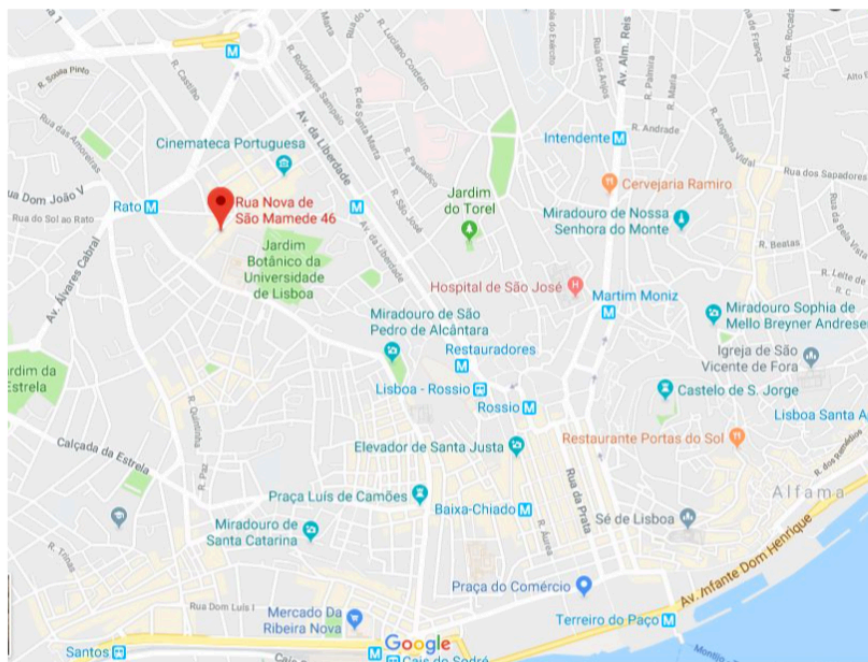
Catalin Pavel | Fabio Guidetti | Maurizio Amendola

**Jardim Botânico**

Address: Rua Nova de São Mamede, 46, 2.º (2nd floor), 1250-096 Lisboa

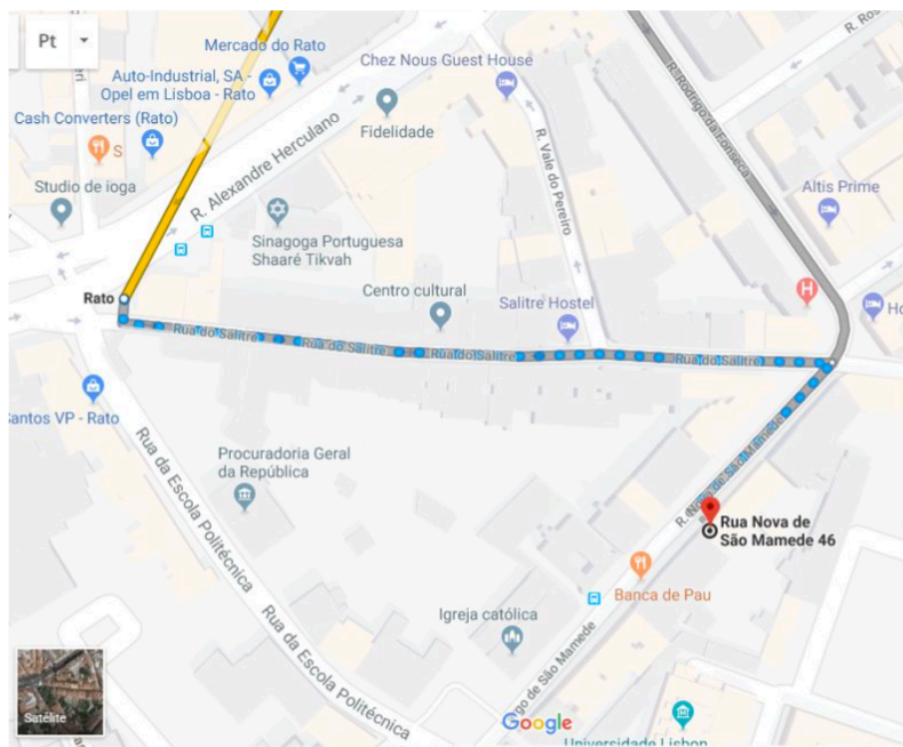
At the arrival to the apartment, there will be a person of the company that manages the apartments to check you in. They will give you the keys, show you the apartment around and give you some tips about the area. Maurizio will receive the three keys and give them to Catalin and Fabio.

**Note:** I will give Maurizio the confirmation of the check-in time as soon as I get that info.



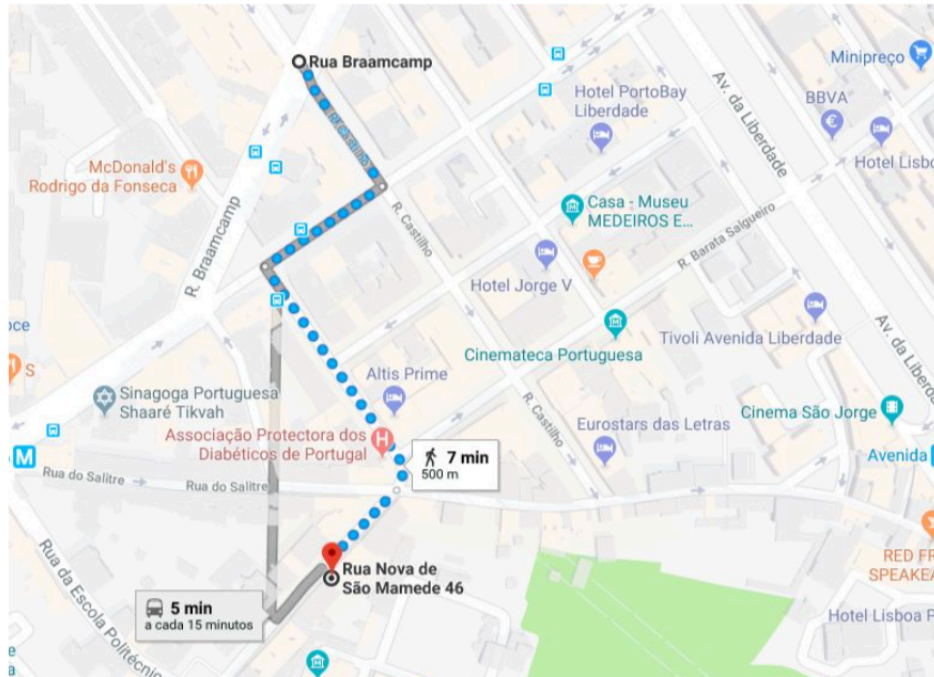
## Metro

1. Take the red line with destination to *São Sebastião*.
2. Change at *Saldanha* into the yellow line, with destination to *Rato*.
3. Get out after three stops, at *Rato*.
4. Take the exit to *Rua do Salitre*
5. Turn left to take the street *Rua do Salitre*, that goes slightly upstairs.
6. After approximately 400 meters, turn to the right into the *Rua Nova de São Mamede*.
7. You will find the apartment on your left hand side, after about 50 meters.



### Aerobus

1. Take **line 2** and stay until the stop *Rua Braamcamp*.
2. Cross the street and take the side-street *Rua Castilho*.
3. Turn the next street (*Rua Alexandre Herculano*) to the right
4. Turn on the next street (*Rua Rodrigo da Fonseca*) to the left.
5. After about 200 meters, go slightly right into the *Rua Nova de São Mamede* street.
6. Your apartment is in 40 meters, on your left.





## Booktailors' office

Catarina Sabino: +351 912 470 978

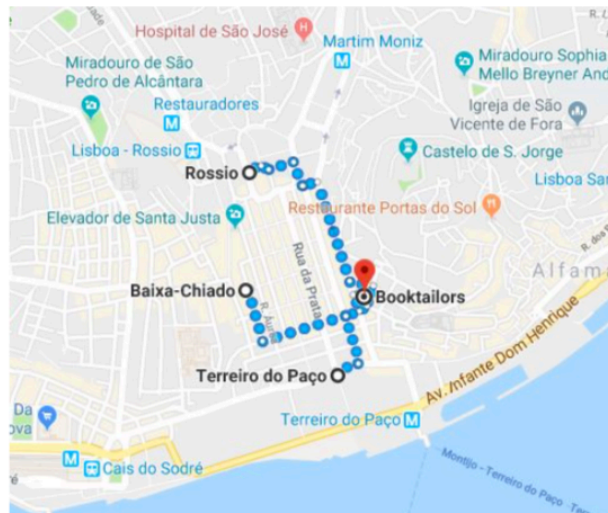
Telephone: +351 21 346 1266

Address: Travessa das Pedras Negras, n.º 1, 3.º dto (3rd floor,) 1100-404 Lisboa



### How to get to Booktailors by metro:

The closest metro stations to our office are *Terreiro do Paço* (blue line | *linha azul*), *Rossio* (green line | *linha verde*), *Baixa Chiado* (blue and green lines | *linha azul* and *linha verde*).

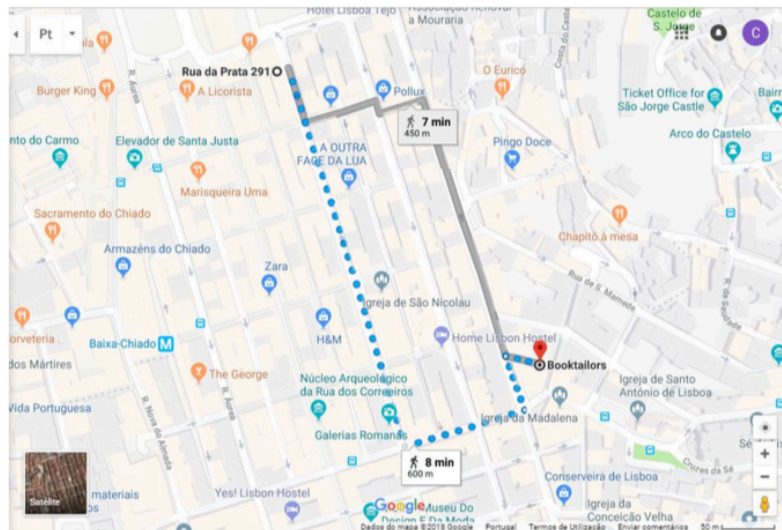


## How to get to Booktailors from your apartments:

Alyssa Saro | Rebekka de Wit

### Silver | Gold Apartment

Address: Rua da Prata, 291, 3.º direito e esquerdo (3rd floor right and left), 1100-202 Lisboa



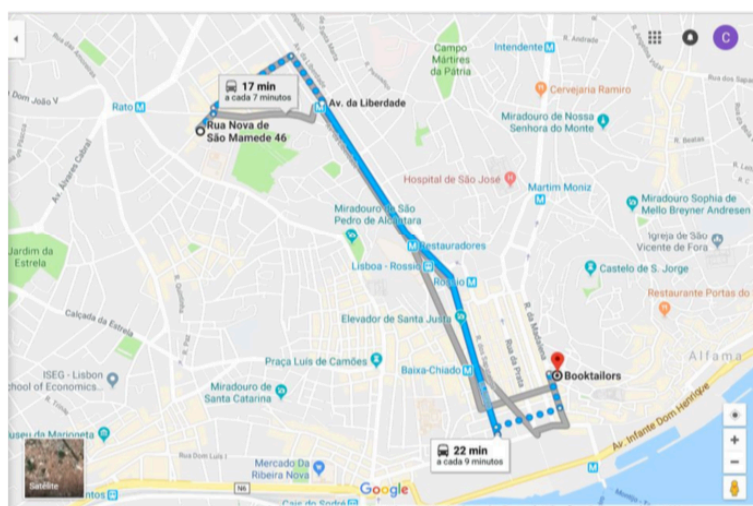
1. When leaving the building, turn right and keep walking on that street (Rua da Prata) for approximately 400 meters.
2. Turn left on Rua da Conceição and walk for about 120 meters.
3. Turn left on Rua da Madalena and walk for about 50 meters.
4. Cross the street and walk into Travessa das Pedras Negras. Our building is at the end of Travessa das Pedras Negras.



Catalin Pavel | Fabio Guidetti | Maurizio Amendola

**Jardim Botânico**

Address: Rua Nova de São Mamede, 46, 2.º (2nd floor), 1250-096 Lisboa



1. When leaving the building, keep walking on Rua de São Mamede for about 80 meters.
2. Turn slightly to the left to Rua Rodrigo da Fonseca.
3. Turn left to Rua Barata Salgueiro and walk for about 400 meters.
4. When arriving to Avenida da Liberdade, turn left and walk for about 250 meters until you reach the bus stop in front of Cinema São Jorge.
5. There, take the bus 732 (direction: Caselas) or 736 (direction: Cais do Sodré).
6. Leave the bus on Praça do Comércio stop.
7. When leaving the bus, turn right and walk in the direction you came for about 30 meters.
8. Turn right on Rua do Comércio and walk for 300 meters.
9. Turn left on Rua da Madalena and walk for about 200 meters.
10. Cross the street and walk into Travessa das Pedras Negras. Our building is at the end of Travessa das Pedras Negras.

## Stay

### Important information and contacts

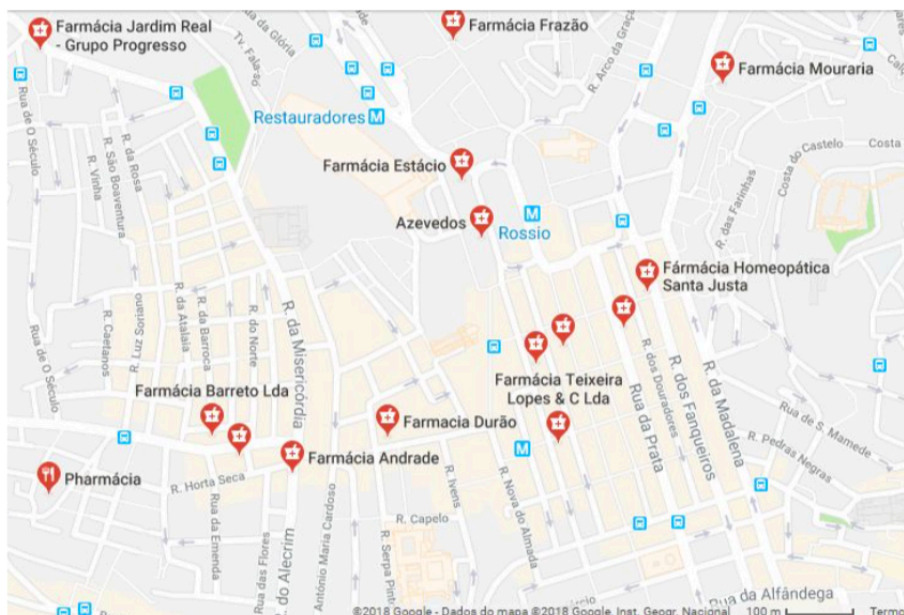
- National area code: +351
- Currency: Euro €
- Voltage, frequency and plug type: 230 V | 50 Hz | C/F
- Metro operating time: 06.30 am - 01.00 am.

Lisbon has four metro lines, which are indicated by their colours, the red line (*linha vermelha*), the green line (*linha verde*), the yellow line (*linha amarela*) and the blue line (*linha azul*).





- Taxis: +351 21 812 7890 | +351 21 811 9000 | +351 21 936 2113
- Hospital São José: R. José António Serrano, 1150-199 Lisboa | +351 308 802 678
- Pharmacies close to the Booktailors' office:
  - R. Augusta 225, 1100-042 Lisboa | +351 21 347 6141
  - R. Áurea 154, 1100-048 Lisboa | +351 21 342 4816



## What to see

### Places to discover in the different districts of Lisbon:

#### Alfama

Sé Lisbon Cathedral: Sé Lisboa  
 São Jorge Castle: Castelo de São Jorge  
 São Vicente de Fora Church: Igreja São Vicente de Fora  
 Flea market: Feira da Ladra (Opening time: Tuesday and Saturday from 7.00 am - 3.00 pm)  
 National Pantheon: Panteão Nacional  
 Viewing points: Miradouro de Santa Luzia and Portas do Sol  
 Museum recommendation: Fado Museum (Museu de Fado)

#### Avenidas Novas

Avenida da Liberdade  
 Eduardo VII Park: Parque Eduardo VII  
 Museum recommendation: Calouste Gulbenkian Museum (Museu Calouste Gulbenkian)

#### Bairro Alto and Chiado

Carmo Convent: Convento do Carmo  
 Camões Square: Largo de Camões  
 Viewing point: Miradouro São Pedro de Alcântara

#### Baixa

Santa Justa Lift: Elevador de Santa Justa  
 Square Praça do Comércio/Terreiro do Paço  
 Rossio Square: Praça do Rossio

#### Belém

Custard tarts pastry shop: Pastéis de Belém  
 Jerónimos Monastery: Mosteiro dos Jerónimos  
 Belém Tower: Torre de Belém  
 Monument to the Discoveries: Padrão dos Descobrimentos  
 Palace of Ajuda: Palácio Nacional da Ajuda

#### Cais do Sodré

Waterfront promenade: Ribeira das Naus  
 Market: Mercado da Ribeira  
 Museum recommendation: National Museum of Ancient Art (Museu Nacional de Arte Antiga)

#### Campo de Ourique

Prazeres Cemetery: Cemitério dos Prazeres

#### Graça

Viewing point: Miradouro Nossa Senhora do Monte

### Estrela

Estrela Basilica: Basílica da Estrela

Estrela Park: Jardim da Estrela

### Mouraria

Martim Moniz Square: Praça Martim Moniz

### Rato

Botanical Gardens: Jardim Botânico

Príncipe Real Square: Praça do Príncipe Real

Águas Livres Aqueduct: Aqueduto de Águas Livres

Viewing point: Miradouro de Santa Catarina

Museum recommendation: Museu Nacional de História Natural e da Ciência

### São Bento

Assembly of the Republic: Assembleia da República



## Excursions outside of Lisbon

### Sintra

Sintra is known as one of Portugal's most beautiful places, full of gardens, tiled villas, colorful palaces, and neo-Gothic buildings, surrounded by hills inclined to the Atlantic Ocean. You should definitely consider a visit to the village and enter one of the palaces or gardens. The Pena National Palace (1), the Monserrate Palace (2), Castle of the Moors (3), and the Quinta da Regaleira (4) are highly recommendable.



### Getting to Sintra:

- There is a direct railway line to Sintra, starting at the train station *Rossio*, inside the Neo-Manueline building next to the Rossio square.
- It starts every 10 minutes during the day, taking 40 minutes each way.
- The ticket to Sintra and back is 5,50€. You can use the *viva viagem* card for the journey.

### Cascais

- If you want to do a trip to a portuguese beach at the Atlantic Ocean, you can visit Cascais. Once an old fisher town, now one of the richest towns, with the famous Queen's Beach - *Praia da Rainha*.



#### Getting to Cascais:

- There is a railway line from Lisbon to Cascais all along the riverside, starting at the train station *Cais do Sodré*.
- The train starts every 15 minutes from there, and takes about 30 minutes to Cascais.
- The ticket to Cascais and back to Lisbon costs 5,50€. You can use the *viva viagem* card for the journey.


### Christ Statue in Almada



- If you want to visit the big christ statue on the other side of the river and enjoy probably the most beautiful view of Lisbon and the impressive bridge *25 de abril* (named after the revolution in 1974), you can take the ferry from *Cais de Sodré* with destination to *Cacilhas* and from there you take the bus number 101.
- One way takes about 40 minutes and costs you 1,25€ for the ferry (you can use the *viva viagem* card) and 2,00€ for the bus (you can buy the ticket from the bus driver).



## Mini-interpreter

Hello.	Olá.
Good morning!	Bom dia!
How are you?	Como estás?
Fine, thanks.	Tudo bem, obrigada (f)/obrigado (m).
My name is...	Chamo-me...
Good bye.	Adeus.
See you later.	Até logo.
Thank you.	Obrigada (f)/Obrigado (m).
You're welcome.	De nada.
Yes.	Sim.
No.	Não.
One coffee, please.	Um café, por favor.
The bill, please.	A conta, por favor.
Where is the closest bookshop?	Onde fica a livraria mais próxima?
I like this book.	Eu gosto deste livro.

 **BOOKOFFICE**  
A agência de serviços para autores

[Autores](#) [Estante](#) [Notícias](#) [FAQ](#) [Sobre nós](#)   



Tudo sobre Daniel Oliveira



23 de novembro de 2017

### ***Sobre o Amor*, de Daniel Oliveira, apresentado em Lisboa**

O novo romance de Daniel Oliveira, *Sobre o Amor* (edição da Oficina do Livro), foi apresentado esta terça-feira, 21 de novembro, na Cinemateca Portuguesa.

A Cinemateca Portuguesa esteve repleta de leitores e fãs, entre os quais celebridades que demonstraram amizade pelo autor. A apresentação deste terceiro romance de Daniel Oliveira, iniciada pelo editor José Prata, ficou a cargo da atriz Fernanda Serrano, que, segundo o autor, é um exemplo da força e da coragem da personagem principal da obra.

Durante o seu discurso, o escritor destacou que «a forma como vivemos o amor diz tudo sobre a pessoa que somos. É por isso que todos estes exemplares [...] parecem iguais mas são todos diferentes, consoante a pessoa que os leia. Este livro conta histórias diferentes para pessoas diferentes».

Daniel Oliveira sublinhou ainda a força vital do amor, dedicando parte do seu discurso ao avô paterno, que considera ser o seu herói.